

A large, stylized graphic of the letter 'G' in shades of blue, positioned on the left side of the slide. It has a thick, rounded top and a solid bottom bar.

Bilanzmedienkonferenz

Jahresabschluss 2020

Christian Buhl, CEO

Roland Iff, CFO

10. März 2021

Agenda

Jahresrückblick	C. Buhl
Umsatzentwicklung	C. Buhl
Jahresrechnung	R. Iff
COVID-19	C. Buhl
Bauindustrie – Ausblick	C. Buhl
Geberit – Ausblick	C. Buhl
Zusammenfassung	C. Buhl



Kennzahlen 2020 – Starke Ergebnisse trotz COVID-19 Krise

Nettoumsatz (wb)

+1.3%

EBITDA Marge

31.0%

+170 Basispunkte vs VJ

Gewinn pro Aktie (wb)

+6.0%

Free Cashflow (in CHF)

717 Mio.

+11.4% vs VJ

Dividendenantrag 2020
(in CHF)

11.40

+0.9% vs VJ

Relative CO₂-Emissionen

-8.4%

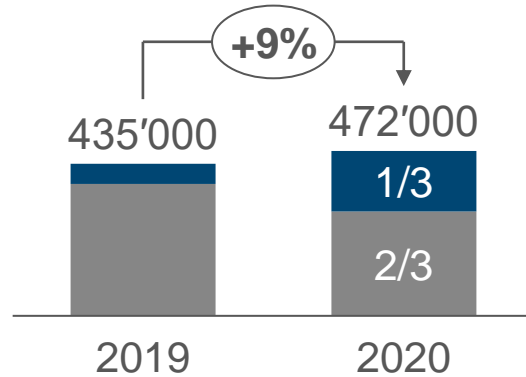
- Nettoumsatzwachstum in lokalen Währungen
- Erhöhung der operativen Marge und der Gewinnmarge
- Überproportionales Wachstum der währungsbereinigten Ergebnisse
- Starker Anstieg des Free Cashflows auf neues Rekordniveau
- Signifikante Reduzierung der CO₂-Emissionen



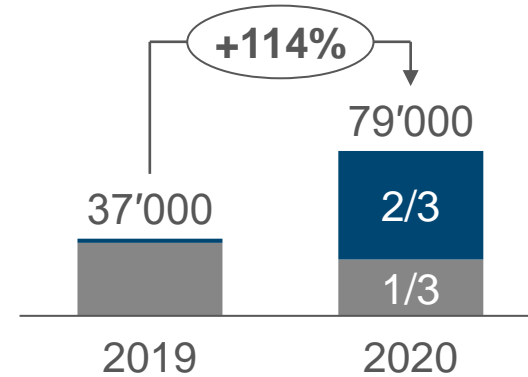
Vertrieb & Marketing 2020 – Erhöhte Kundenpräsenz

■ Digital
■ Physisch

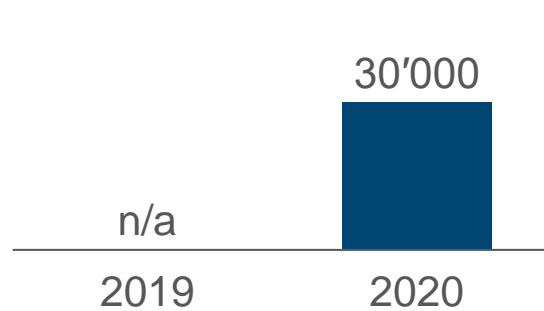
Kundenkontakte [# Kontakte]



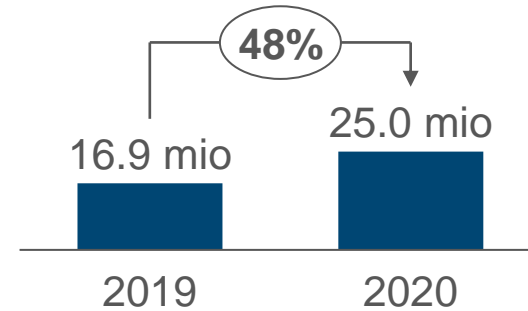
Kundentrainings [# Teilnehmer]



Virtuelle Showrooms und Messen [# Teilnehmer]



Website-Aufrufe [# Kundenbesuche]



- Schneller Wechsel von physischen Kundeninteraktionen zu digitalen Interaktionen
- Mehr Kundenkontakte und Kundentrainings als vor der COVID-19 Pandemie



Vertrieb & Marketing 2020 – Beispiele für digitalisierte Kundenveranstaltungen



"Geberit WebFair" ("Technical" Pull)

- Virtuelle Messe ersetzt Messen in Deutschland während des 1. Lockdowns
- Verschiedene Formate (3D-Tour, Webcast, Podcast)
- 16'100 Besuche
- Fokus auf IFS und RLS (Know-How Installed)

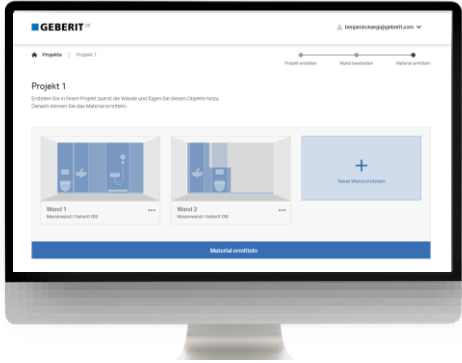


"Geberit Virtueller Showroom" ("Showroom" Pull)

- Virtuelle Showrooms in DE, NL, AT und internationalen Märkten
- Beispiel DE: 5'000 digitale Kontakte (Sessions) während des 2. Lockdowns in Q4/20
- Fokus auf BAS inkl. Geberit AquaClean (Design Meets Function)

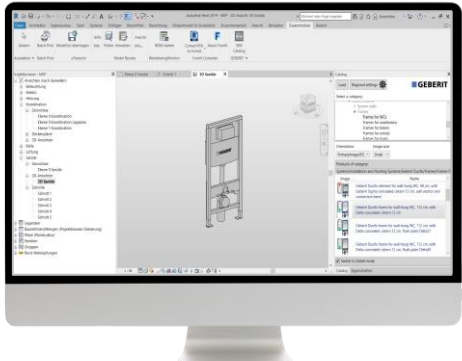


Vertrieb & Marketing 2020 – Beispiele digitaler Aktivitäten für Fachkunden



Duofix/GIS Kalkulationstool

- Neues webbasiertes Kalkulationstool zur Planung und Dimensionierung von Duofix/GIS-Vorwandsystemen
- Geeignet für kleine Projekte und Badrenovierung
- Schnell und einfach zu bedienen
- In CH und DE ausgerollt



Building Information Modeling (BIM)

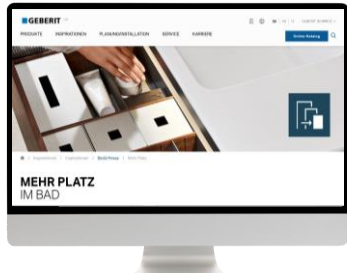
- Plug-in für Autodesk BIM-Software zur Sicherstellung aktueller BIM-Daten durch Echtzeit-Anbindung an das Geberit Produktinformationssystem
- Weiter ausgerollt in mehr als 20 Märkten, mehr als 5'000 regelmässige Benutzer

Vertrieb & Marketing 2020 – Beispiele für digitale Aktivitäten für Endkunden



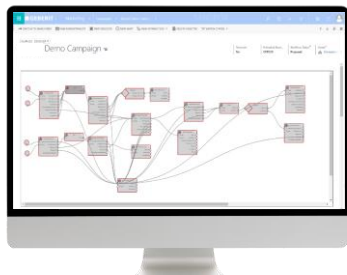
Digitale Endkunden-Kampagne

- Gezielte B2C-Kampagne "Better Bathrooms, Better Lives"
- Online-Videos, Banner, Google-Suche, redaktionelle Inhalte
- In 12 weiteren Märkten ausgerollt



Integrierte Website mit B2C-Bereich

- Angereicherte Geberit Website mit inspirierenden B2C-Inhalten
- Digitale Werkzeuge (Inspiration Tool, 3D-Planer) zur Unterstützung des Endverbraucher Pulls
- In 12 weiteren Märkten ausgerollt



B2C CRM System

- Cloud-basiertes Tool zur systematischen Verwaltung von Endkunden-Leads
- In 12 weiteren Märkten ausgerollt

Marketing 2020 – Vereinfachung des Markenportfolios abgeschlossen

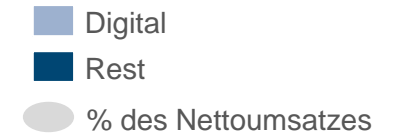
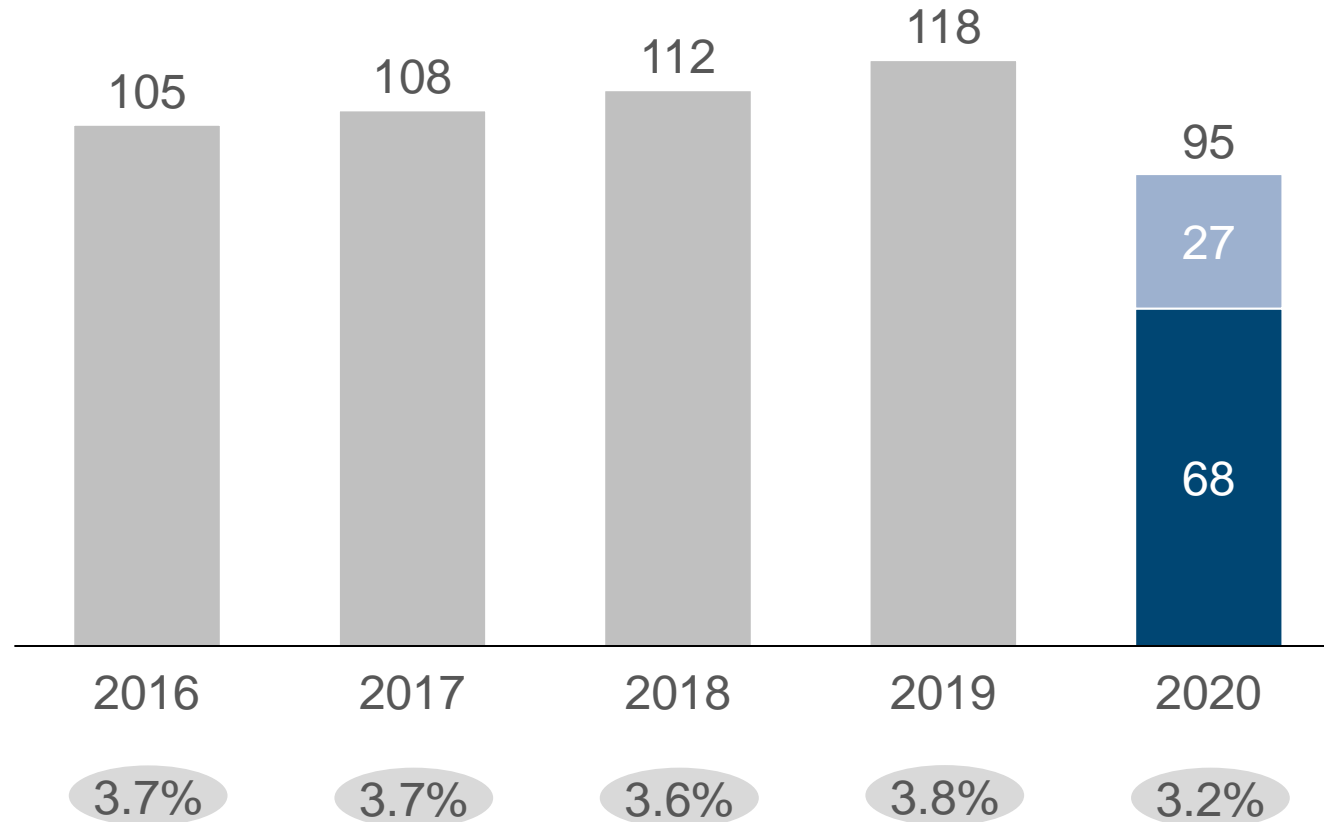


- Umstellung von 4 Keramikmarken (Keramag, Sphinx, Allia, Pozzi-Ginori) auf die Marke Geberit
- Wesentliche Vorteile
 - Verbesserte Kundenbetreuung
 - Vereinfachtes Cross- und Upselling
 - Geringere Komplexität in Betrieb und Logistik
 - Mehr Kapazität für die Entwicklung von neuen Produkten
- Einmalige Marketingkosten von CHF 10 Millionen in 2019 und CHF 7 Millionen im Jahr 2020



Marketing 2020 – Ausgaben

Marketingausgaben CHF Millionen



- Deutlich geringere Marketingausgaben aufgrund der COVID-19-Beschränkungen
- Beschleunigung digitaler Marketingaktivitäten (z.B. digitale Trainings, Webinare)
- 29% der totalen Marketingausgaben im Bereich digitale Tools und digitale Kanäle
- Ausserordentliche Kosten von CHF 7 Mio. für die Vereinfachung des Markenportfolios



Innovationen 2020 – Produkteinführungen

Geberit Renova Modernisierung



Aktualisiertes Design für eine der erfolgreichsten Badezimmerserien

***“Der Standard -
aufgefrischt”***

Geberit Pluvia Befestigungselemente



Installationselemente für Dachentwässerungssysteme

***“Sichere Installation,
erhöhte Stabilität”***

Neue Geberit CleanLine80



Innovative Duschrinnenlösung – auch erhältlich in neuen Trendfarben

***“Spitzenmodell unter
den Duschrinnen”***

Neue Betätigungsplatten

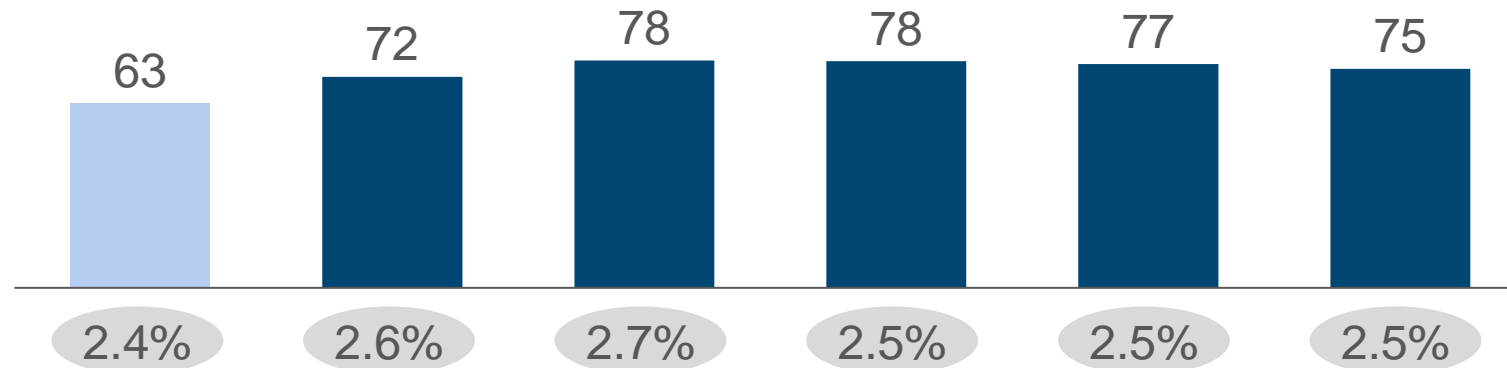


Neue Materialien und Farben – sehr hochwertige Ausführung und Materialkombinationen

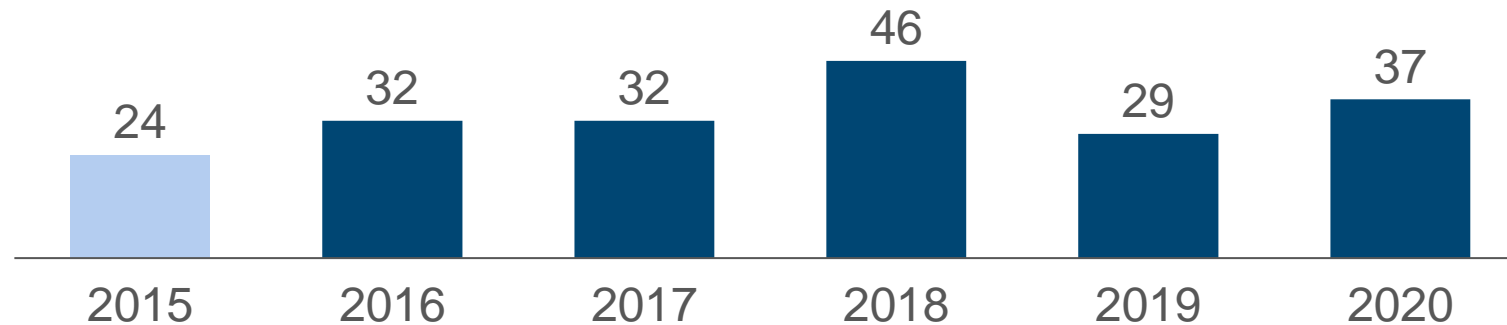
***”Trend zur
Individualisierung”***

Innovation 2020 – Kontinuierliche Stärkung der Innovations-Pipeline

F&E Ausgaben CHF Millionen



F&E Performance # neue Patente

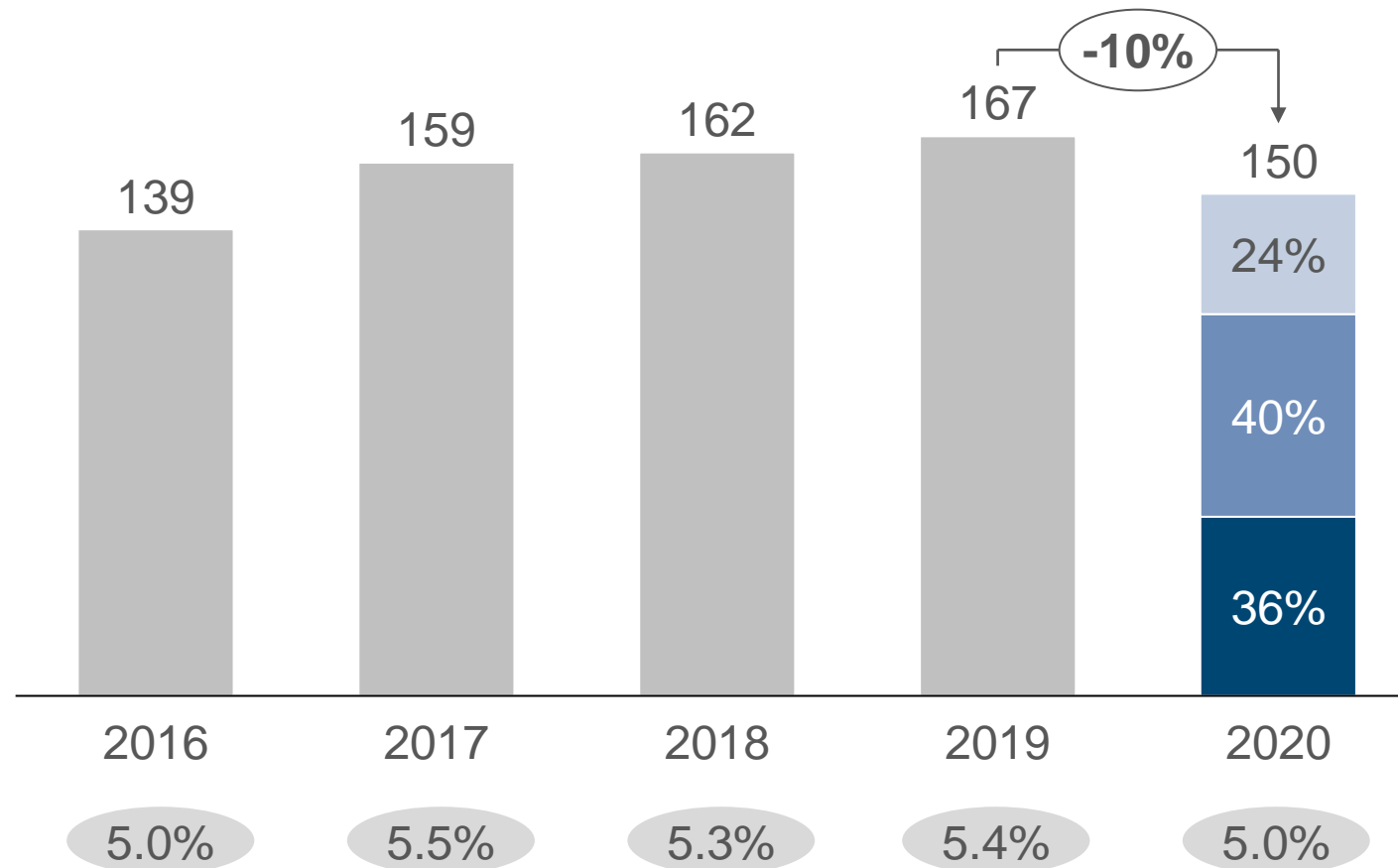
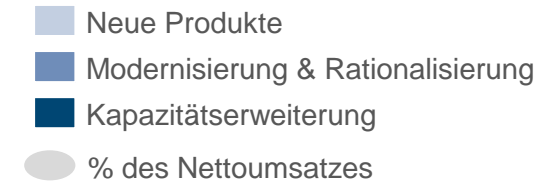


Vor Integration Sanitec
Nach Integration Sanitec
% des Nettoumsatzes

- Kontinuierlich hohe Investitionen in die Innovations-Pipeline
- F&E-Ausgaben von 2.5% des Nettoumsatzes 2020
- Signifikanter Anstieg der Patente seit der Sanitec-Integration durch kombinierte Innovationen hinter und vor der Wand

CAPEX 2020

CAPEX
CHF Millionen



- Investitionsausgaben -10% unter Vorjahr
- Reduzierte Investitionen aufgrund von COVID-19 Beschränkungen
- Erhöhte Ausgaben für neue Produkte, getrieben durch das neue Versorgungssystem FlowFit

Investitionen 2020 – Kapazitätserweiterung & Effizienzsteigerung



Erneuerung der Produktionslinie für Edelstahlbögen, Langenfeld (DE)

- Erneuerung von Maschinen / Werkzeugen und Effizienzsteigerung
- Start der Produktion im Jahr 2020
- CAPEX: EUR 10 Millionen (2020/21)



Kapazitätserweiterung & Effizienzsteigerung, Jona (CH)

- Kapazitätserweiterung für Betätigungsplatten mit verbessertem Wirkungsgrad
- CAPEX: CHF 4.9 Millionen (2019/20)
- Payback: 3.0 Jahre



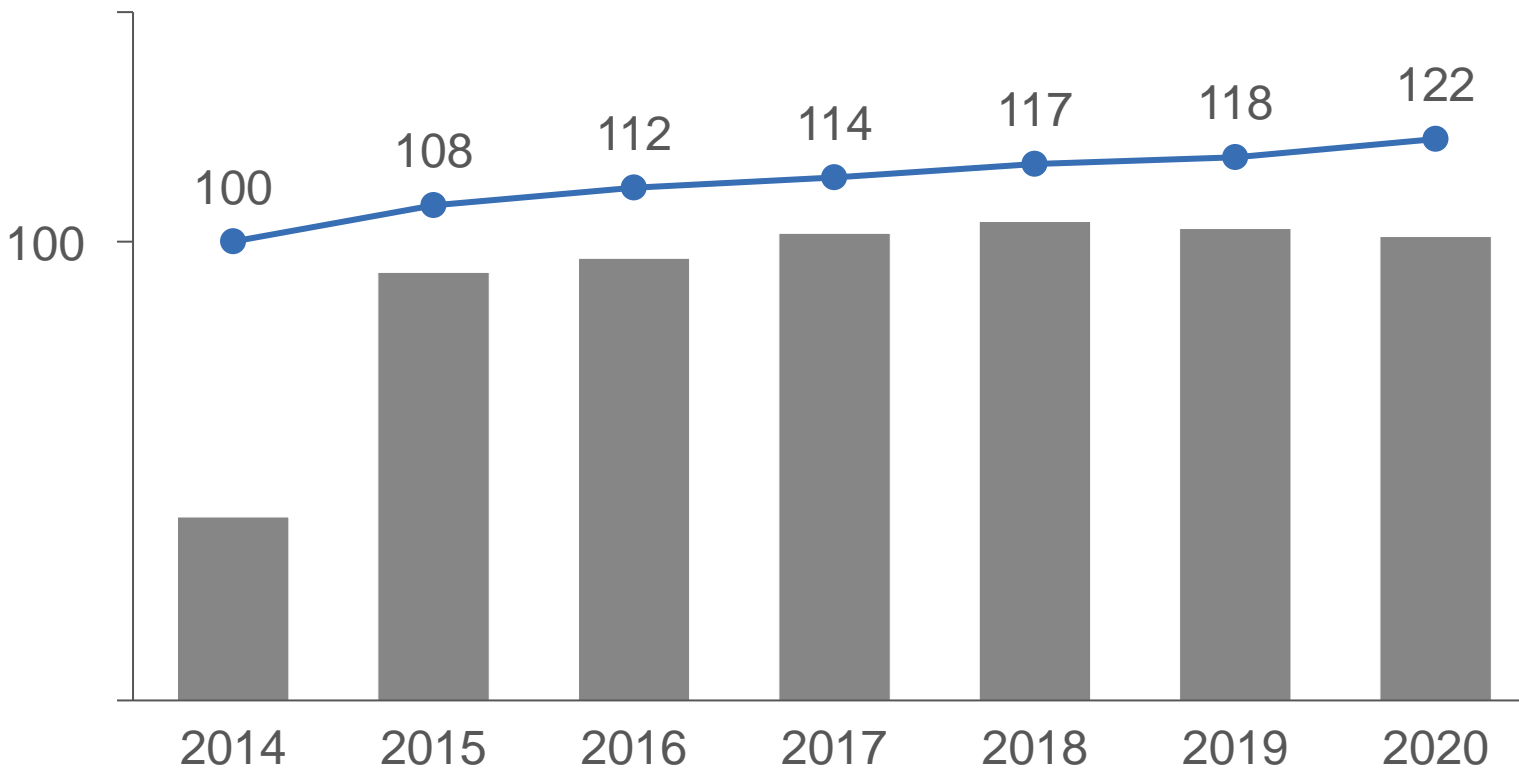
Technologiewechsel & Effizienzsteigerung, Givisiez (CH)

- Neue Laserschweiss- und Laserdrucktechnologie, 50% weniger Ausschuss
- CAPEX: CHF 1.6 Millionen (2019/20)
- Payback: 2.8 Jahre

Kontinuierliche Produktivitätssteigerung – Geberit Werke

Produktionsvolumen¹ und Produktivität², indexiert (2014 = 100)

■ Volumen¹ ● Produktivität²



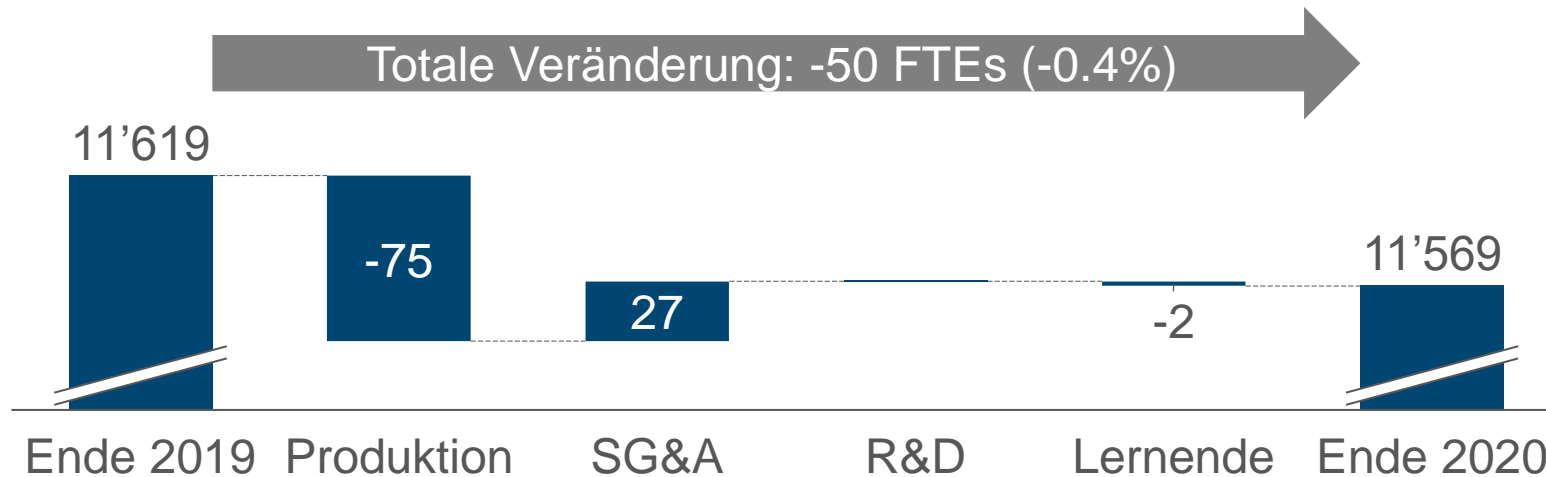
- Produktivitätssteigerung von +3.4% in 2020
- Durchschnittliche Produktivitätssteigerung +3.4% pro Jahr seit 2014
- Wesentliche Hebel
 - Prozessverbesserungen
 - Automatisierung

1 Industrielle Minuten

2 Industrielle Minuten pro Arbeitsstunde

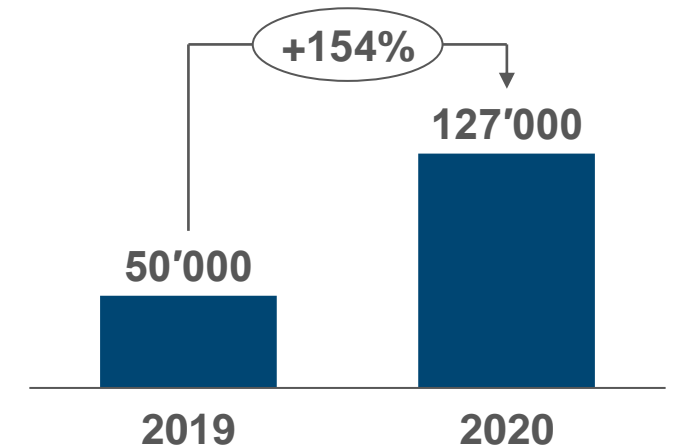
Mitarbeitende 2020 – Leicht reduzierte Anzahl Mitarbeitende

Anzahl Mitarbeitende, in FTE



- Reduktion Anzahl Mitarbeitende in Produktion und Logistik aufgrund von Effizienzsteigerungen
- Anstieg Anzahl Mitarbeitende in SG&A aufgrund von Wachstumsinitiativen, digitaler Initiativen und Ausbau IT-Kapazitäten

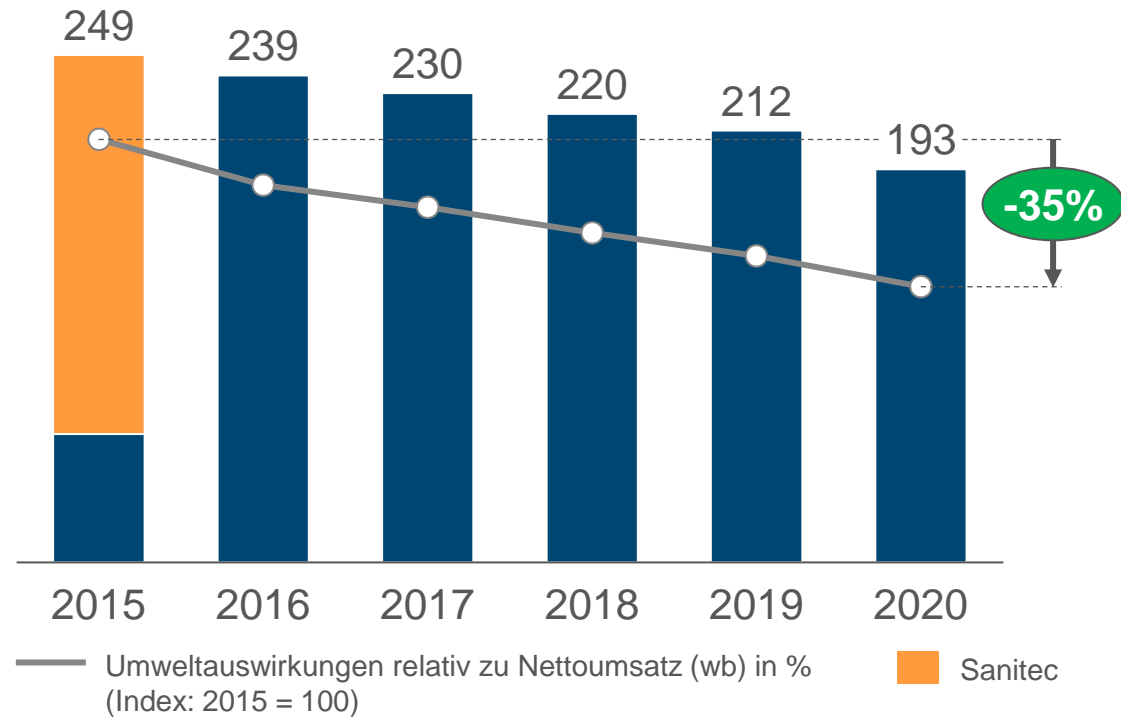
Interne digitale Trainings
[# Trainingseinheiten]



- Zunahme digitaler Trainings als Reaktion auf die Corona-Pandemie

Nachhaltigkeit 2020 – Signifikante Reduzierung der Umweltbelastung seit 2015

Umweltbelastung 2015-2020, in Millionen UBP¹



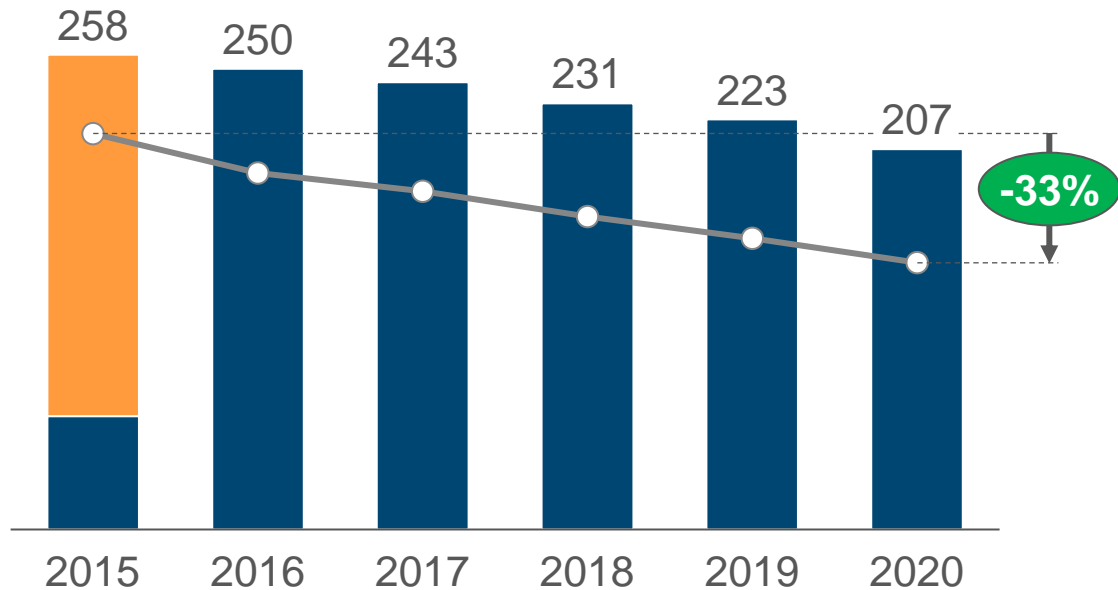
- Nachhaltigkeitsstrategie und –team seit 1990
- Umfassender Nachhaltigkeitsbericht seit 2004
- Umweltbelastung 2020
 - Relativ²: -10.1%
 - Absolut: -8.9%
- Umweltbelastung seit Sanitec Integration in 2015
 - Relativ²: -35%
 - Absolut: -23%
- Energieverbrauch seit Sanitec Integration in 2015
 - Relativ²: -33%
 - Absolut: -21%

¹ Die Umweltbelastung wird in Umweltbelastungspunkten (UBP) gemäss der Schweizer Methode der ökologischen Knappheit (Version 2013) gemessen

² Im Verhältnis zum Nettoumsatz

Nachhaltigkeit 2020 – Signifikante Reduzierung der CO₂-Emissionen seit 2015

CO₂-Emissionen (Scope 1&2) 2015-2020 in tausend Tonnen



— CO₂-Emissionen im Verhältnis zum Nettoumsatz (wb) in % (Index: 2015 = 100) ■ Sanitec

1 Im Verhältnis zum Nettoumsatz

- CO₂-Emissionen 2020
 - Relativ¹: -8.4%
 - Absolut: -7.2%
- CO₂-Emissionen seit Sanitec Integration in 2015
 - Relativ¹: -33%
 - Absolut: -20%
- Wesentliche Hebel
 - Energiesparende Technologie in Keramikanlagen
 - Beschaffung von erneuerbarer Energie
 - Upselling des Keramik-Portfolios

Nachhaltigkeit 2020 – Beispiele nachhaltiger Produkte mit Scope 3 Relevanz



Energiesparen mit Geberit DuoFresh

- Geruchsabsaugung mit Keramikwabenfilter für Toiletten
- Keine Lüftung durch Öffnen des Fensters notwendig
- Jährliche Energieeinsparung entsprechend ~50 Liter Heizöl oder ~135 kg CO₂ pro installiertem Gerät (Scope 3)



Einsatz von weniger Ressourcen z.B. Geberit CleanLine

- 85% weniger Material pro Artikel
- 30% weniger Kartonagen
- Jährliche Reduktion von ~7'300 Tonnen CO₂ ggü. Vorgängermodell (Scope 3)



Verwendung von Post-Consumer-Recycling-Kunststoffen z.B. Füll- und Spülventile Nordics

- Insourcing des nordischen Spültanks, 1'500 km weniger LKW-Transport
- 13% weniger Material für Füll- und Spülventil, kein EPS-Styropor mehr
- Verwendung von Post-Consumer-Recycling-Kunststoffen
- Jährliche Reduktion von ~1'000 Tonnen CO₂ (hauptsächlich Scope 3)



Soziale Verantwortung 2020



Unterstützung von Werkstätten

- Bewusste Vergabe von Aufträgen an Einrichtungen für beeinträchtigte Menschen und Langzeitarbeitslose
- Unterstützung von Werkstätten in CH, DE und AT mit ~500 Menschen
- Hauptsächlich Montage- und Verpackungsarbeiten
- Erhöhung der Beschaffungssumme von CHF 6 Mio. auf 9 Mio. seit 2015



Soziale Projekte und Spenden

- Spende für Bau und Installation von Sanitäreinrichtungen in einem neu gebauten Krankenhaus in Bukarest, Rumänien
- Spende von 5 LKW-Ladungen an Sanitärartikeln für Waisenhäuser und Kinderheime in Moldawien

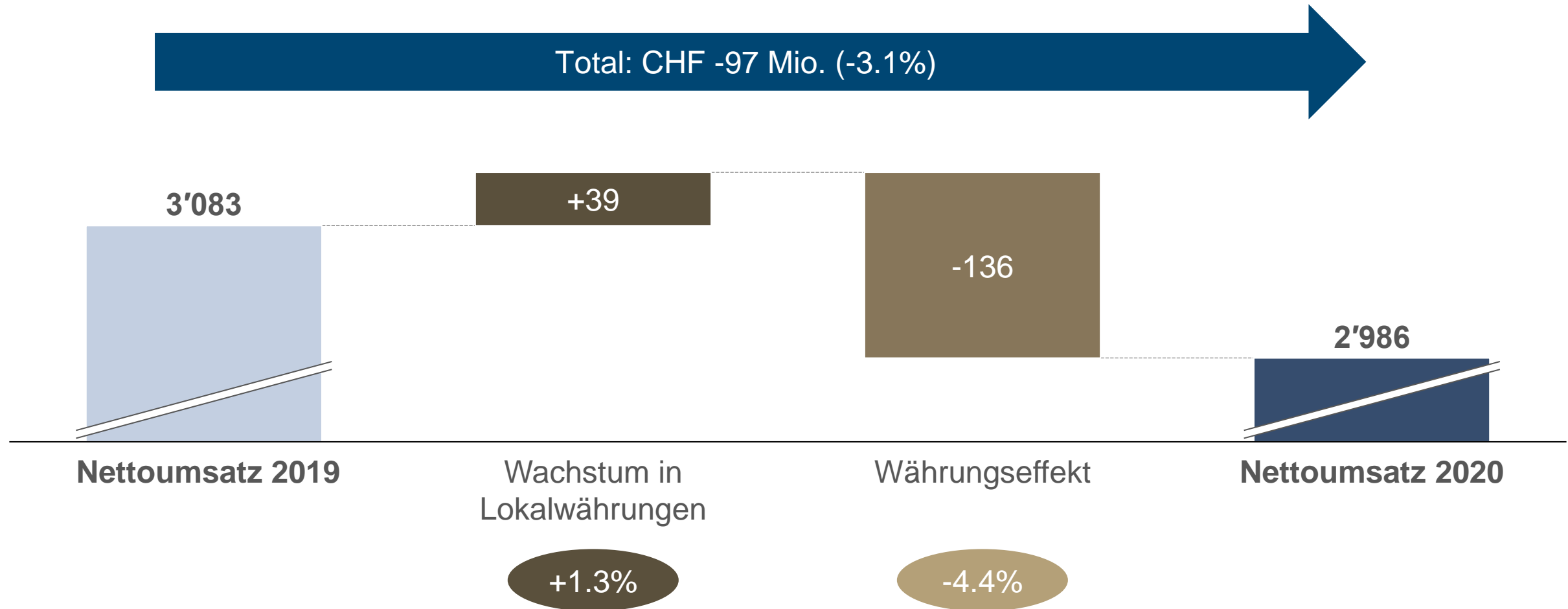
Agenda

Jahresrückblick	C. Buhl
Umsatzentwicklung	C. Buhl
Jahresrechnung	R. Iff
COVID-19	C. Buhl
Bauindustrie – Ausblick	C. Buhl
Geberit – Ausblick	C. Buhl
Zusammenfassung	C. Buhl



FY2020 – Wachstum Nettoumsatz in lokalen Währungen von +1.3%

Nettoumsatz, CHF Millionen



Nettoumsatz 2020 – Wachstum pro Quartal

Quartal	Nettoumsatz CHF Millionen	Vorjahresabweichung		Kommentar
		% CHF	% wb	
Q1	798	-3.9%	1.5%	<ul style="list-style-type: none"> • COVID-19 Auswirkungen seit Mitte März
Q2	671	-15.9%	-10.7%	<ul style="list-style-type: none"> • Gravierende Auswirkungen der COVID-19-Krise und des Lockdowns
H1	1'468	-9.8%	-4.5%	
Q3	794	5.3%	8.5%	<ul style="list-style-type: none"> • Nachholeffekte aus dem Lockdown in Q2, aufkommender Home Improvement-Trend
Q4	724	3.2%	6.8%	<ul style="list-style-type: none"> • Andauernder Home Improvement-Trend, Aufbau Lagerbestände, Reduktion Mehrwertsteuer DE
H2	1'518	4.3%	7.7%	
FY	2'986	-3.1%	1.3%	<ul style="list-style-type: none"> • Unverminderte Kundenpräsenz • Marktanteilsgewinne

Nettoumsatz 2020 – Entwicklung in den Kernmärkten Europas

Land / Region	Nettoumsatz Mio. CHF	Vorjahresabweichung		Kommentar	
		% CHF	% wb		
Europa – Kernmärkte	Deutschland	956	3.1%	7.3%	<ul style="list-style-type: none"> • Eingeschränkte, aber offene Baustellen im Q2 • COVID-19 getriebener Home Improvement-Trend • Signifikante Marktanteilsgewinne <ul style="list-style-type: none"> – Unverminderte Kundenpräsenz – Upselling-Strategie – Dusch-WCs
	Österreich	176	1.1%	5.0%	
	Schweiz	306	4.1%	4.1%	
	Benelux	251	-3.9%	0.0%	<ul style="list-style-type: none"> • Starke Markt-Outperformance in den Niederlanden, kompensiert durch Rückgang in Belgien
	Italien	187	-11.6%	-8.3%	<ul style="list-style-type: none"> • Geschlossene Baustellen im Q2

Nettoumsatz 2020 – Entwicklung in Europäischen Expansionsmärkten



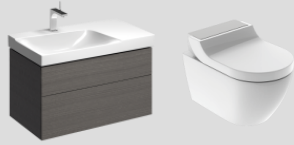
Land / Region	Nettoumsatz Mio. CHF	Vorjahresabweichung		Kommentar	
		% CHF	% wb		
Europa - Expansionsmärkte	Osteuropa	286	-6.2%	3.2%	<ul style="list-style-type: none"> • Eingeschränkte, aber offene Baustellen im Q2 • Marktanteilsgewinne • Starkes Wachstum der Unterputzspülsysteme
	Nordische Länder	297	-2.0%	2.9%	
	Frankreich	161	-10.3%	-6.9%	
	Iberische Halbinsel	21	-14.1%	-10.9%	<ul style="list-style-type: none"> • Geschlossene Baustellen im Q2
	UK / Irland	92	-19.6%	-15.7%	

Nettoumsatz 2020 – Entwicklung ausserhalb von Europa

Land / Region	Nettoumsatz CHF Mio.	Vorjahresabweichung		Kommentar
		% CHF	% wb	
Amerika	97	-4.1%	1.7%	<ul style="list-style-type: none"> Starkes Wachstum bei elektronischen Armaturen aufgrund erhöhter Nachfrage nach hygienerelevanten, berührungslosen Produkten
Fernost / Pazifik	92	-12.8%	-7.2%	<ul style="list-style-type: none"> Geschlossene Baustellen in Indien im Q2 Umsatzwachstum für Gesamtjahr in China trotz Lockdowns im Q1
Nahost / Afrika	64	-21.8%	-14.1%	<ul style="list-style-type: none"> Geschlossene Baustellen in Südafrika im Q2 Schwieriges Marktumfeld in der Golfregion



Nettoumsatz 2020 – Entwicklung pro Produktbereich

		Nettoumsatz CHF Mio.	Vorjahresabweichung		Kommentar
			% CHF	% wb	
Installations- & Spülsysteme		1'115	-2.6%	2.1%	<ul style="list-style-type: none"> Starkes Wachstum bei den Unterputzspülsystemen
Rohrleitungssysteme		903	-4.8%	-0.8%	<ul style="list-style-type: none"> Schwächeres Neubausegment und Projektgeschäft ab H2 2020
Badezimmer-Systeme		967	-2.2%	2.3%	<ul style="list-style-type: none"> Starkes Wachstum des Dusch-WC-Geschäfts Solides Keramik-Geschäft



Agenda

Jahresrückblick	C. Buhl
Umsatzentwicklung	C. Buhl
Jahresrechnung	R. Iff
COVID-19	C. Buhl
Bauindustrie – Ausblick	C. Buhl
Geberit – Ausblick	C. Buhl
Zusammenfassung	C. Buhl



Wichtigste Kennzahlen 2020

CHF Millionen	2020	2019	% YoY
Nettoumsatz	2'986	3'083	-3.1%
EBITDA	925	904	2.4%
<i>Marge</i>	31.0%	29.3%	
EBIT	772	757	2.0%
<i>Marge</i>	25.8%	24.5%	
Nettoergebnis	642	647	-0.7%
<i>Marge</i>	21.5%	21.0%	
EPS (CHF)	17.95	17.97	-0.1%
Free Cashflow	717	644	11.4%
<i>Marge</i>	24.0%	20.9%	

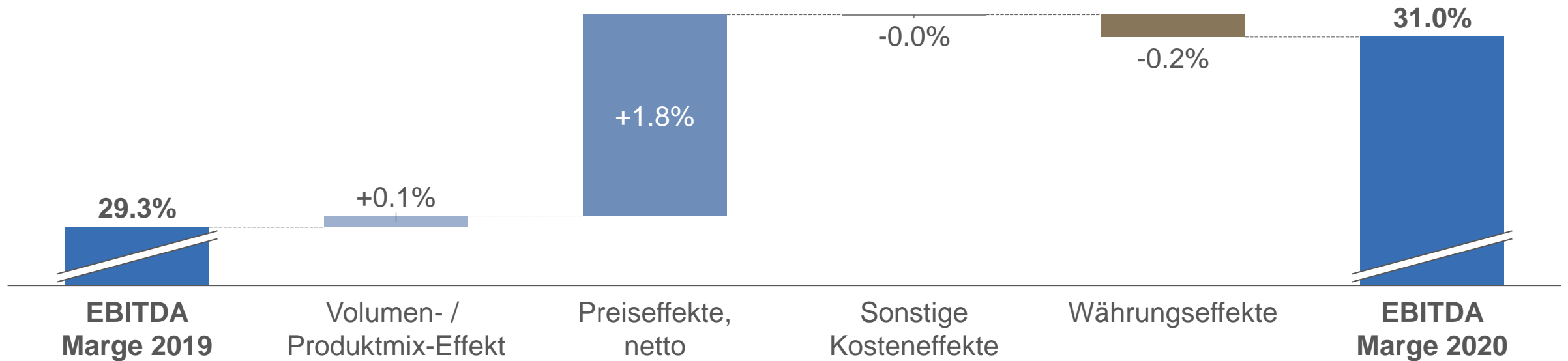
- EBITDA-Margen-Steigerung trotz signifikanter Tarifierhöhungen aufgrund von
 - COVID-19-bedingten Kosteneinsparungen
 - Hoher Flexibilität in Produktion und Logistik
 - Niedrigeren Rohmaterialpreisen
 - Verkaufspreiserhöhungen
- Starkes Wachstum des Free Cashflows
- Negativer Währungseffekt belastet Umsatz- und Ergebniswachstum



Erfolgsrechnung 2020

CHF Millionen	2020	%	2019	%	% YoY
Nettoumsatz	2'986	100.0%	3'083	100.0%	-3.1%
Materialaufwand	789	26.4%	860	27.9%	-8.3%
Personalaufwand	750	25.1%	752	24.4%	-0.2%
Abschreibungen	127	4.2%	127	4.1%	-0.6%
Amortisationen von immateriellen Anlagen	27	0.9%	20	0.6%	36.7%
Sonstiger Betriebsaufwand, netto	522	17.5%	567	18.4%	-8.0%
Total Betriebsaufwand, netto	2'215	74.2%	2'326	75.5%	-4.8%
Betriebsergebnis (EBIT)	772	25.8%	757	24.5%	2.0%
EBITDA	925	31.0%	904	29.3%	2.4%

EBITDA Marge 2020 – Profitabilität auf hohem Niveau



- Begrenzter Einfluss von Volumen- und Produktmixeffekt aufgrund stabiler Volumina
- Positiver Nettopreiseffekt aufgrund von Preiserhöhungen und tieferen Rohmaterialpreisen
- Sonstige Kosteneffekte neutral; tiefere Marketing- und Reisekosten kompensieren Tarifierhöhungen
- Margenentwicklung aufgrund des Natural Hedge nur marginal vom Währungseffekt beeinflusst

Nettoergebnis und EPS 2020 – Auf dem Niveau des Vorjahres

CHF Millionen	2020	%	2019	%	% YoY
Betriebsergebnis (EBIT)	772	25.8%	757	24.5%	2.0%
Finanzergebnis, netto	-17	-0.6%	-14	-0.4%	24.6%
Ergebnis vor Steuern	754	25.3%	743	24.1%	1.5%
Ertragsteuern	112	3.8%	96	3.1%	16.8%
<i>in % Vorsteuerergebnis</i>	14.8%		12.9%		
Nettoergebnis	642	21.5%	647	21.0%	-0.7%
EPS (CHF)	17.95		17.97		-0.1%

Free Cashflow 2020 – Starker Anstieg des Free Cashflows

CHF Millionen	2020	2019	% YoY
EBITDA	925	904	2.4%
Veränderung des Netto-Umlaufvermögens aus operativer Kerntätigkeit	-6	1	
Veränderungen des sonstigen Netto-Umlaufvermögens	32	11	
Veränderung von Rückstellungen	29	-4	
Bezahlte Ertragsteuern	-94	-89	
Sonstige nicht liquiditätswirksame Aufwendungen und Erträge	14	11	
Nettomittelzufluss aus Geschäftstätigkeit	900	834	7.9%
<i>in % Nettumsatz</i>	<i>30.1%</i>	<i>27.1%</i>	
Kauf von Sachanlagen und immateriellen Anlagen, netto	-147	-164	
Rückzahlung von Leasingverpflichtungen	-24	-16	
Bezahlte Zinsen und sonstige Finanzierungskosten, netto	-12	-10	
Freier Cashflow	717	644	11.4%
<i>in % Nettoumsatz</i>	<i>24.0%</i>	<i>20.9%</i>	



Bilanz 2020

CHF Millionen	31.12.2020	31.12.2019
Liquide Mittel und kurzfristige Geldanlagen	469	428
Netto-Umlaufvermögen	181	202
Sachanlagen	934	920
Latente Steuerforderungen	126	125
Sonstige langfristige Aktiven und Finanzanlagen	39	38
Goodwill und immaterielle Anlagen	1'577	1'597
Bilanzsumme	3'751	3'725
Finanzverbindlichkeiten	779	837
Pensionsrückstellungen	347	331
Steuerverbindlichkeiten	210	186
Sonstige langfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	69	57
Eigenkapital	1'922	1'899
<i>Eigenkapitalquote</i>	51.2%	51.0%
Netto-Schulden	310	409
<i>Netto-Schulden / EBITDA</i>	0.3	0.5
ROIC	23.2%	23.1%



Dividende Ex 2020 – Vorgeschlagene Erhöhung von +0.9%

CHF Tausend	2020	2019
Nettoergebnis Geberit AG	600'617	549'800
Gewinnvortrag	3'038	10'211
Total verfügbarer Gewinn	603'655	560'011
Zuweisung an freie Reserven	190'000	150'000
Beantragte / bezahlte Dividende	409'495 ¹	406'973 ²
Vortrag auf neue Rechnung	4'160	3'038
Total Verwendung des Bilanzgewinns	603'655	560'011

1 Der Verwaltungsrat beantragt an der Generalversammlung der Geberit AG vom 14. April 2021 eine Dividende von CHF 11.40 je ausschüttungsberechtigter Aktie. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 63.8%. Die Anzahl der effektiv ausschüttungsberechtigten Aktien kann sich bis zur Generalversammlung noch ändern.

2 Dividende von CHF 11.30 je Aktie

Neues Aktienrückkaufprogramm gestartet

Aktienrückkauf im Jahr 2020

	# '000	Ø Preis / Aktie	Gesamt
Aktienrückkauf 2017-2020	262	CHF 406	CHF 106 Mio.
Aktienrückkauf 2020-2022	94	CHF 542	CHF 51 Mio.
Gesamt	356	CHF 442	CHF 157 Mio.

Aktienrückkaufprogramm 2017-2020 abgeschlossen

- Gesamtvolumen: 1'026'000 Aktien
- Gesamtbetrag: CHF 440 Millionen
- Durchschnittlicher Aktienkurs: CHF 429

Neues Aktienrückkaufprogramm gestartet

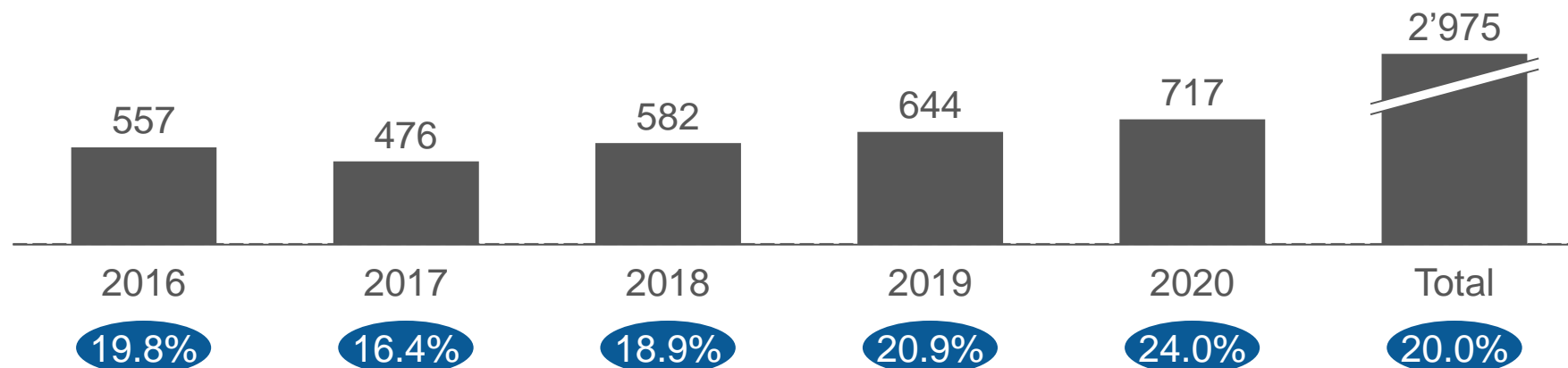
- Maximales Volumen: CHF 500 Millionen
- Ausführungszeitraum: 2 Jahre
- Beginn: 17. September 2020



Freier Cashflow und Ausschüttung an die Aktionäre

- FCF-Marge
- Ausschüttungsquote

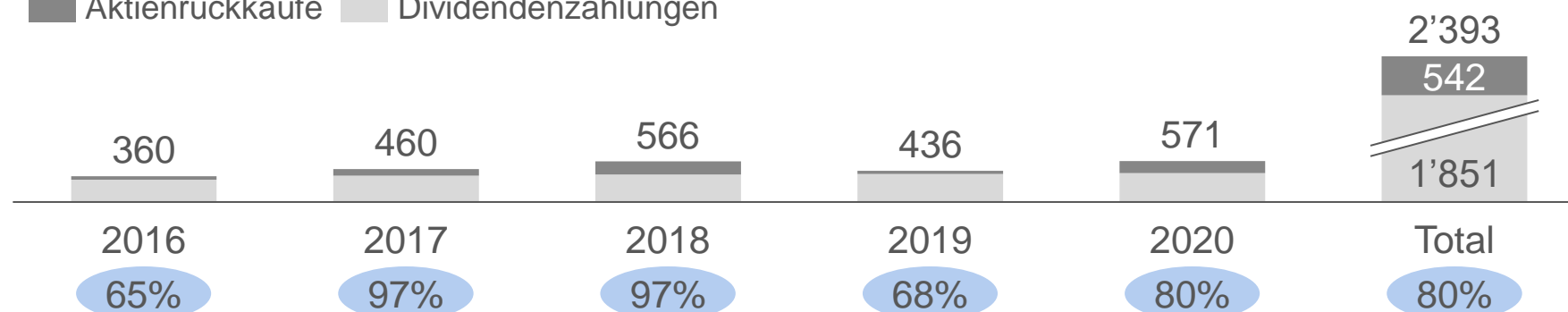
Free Cashflow, CHF Millionen



Durchschnittliche FCF-Marge 2016-2020 in % des Nettoumsatzes: 20.0%.

Ausschüttung an die Aktionäre, CHF Millionen

■ Aktienrückkäufe ■ Dividendenzahlungen



Durchschnittliche Ausschüttung an Aktionäre 2016-2020 in % des Free Cashflows: 80%

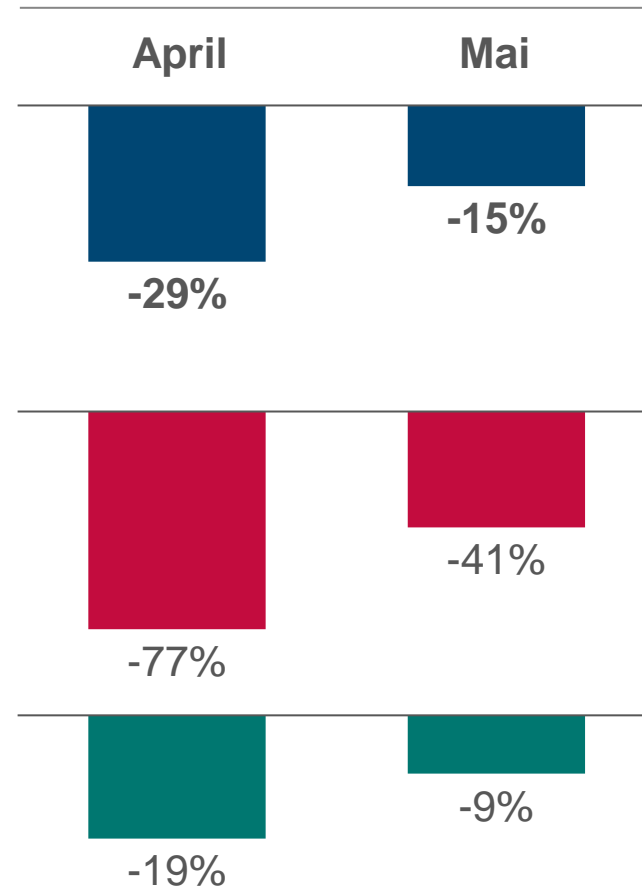
Agenda

Jahresrückblick	C. Buhl
Umsatzentwicklung	C. Buhl
Jahresrechnung	R. Iff
COVID-19	C. Buhl
Bauindustrie – Ausblick	C. Buhl
Geberit – Ausblick	C. Buhl
Zusammenfassung	C. Buhl



Geberit wurde von der ersten Lockdown-Welle hart getroffen

Geberit Nettoumsatz, wb



Geberit Gruppe

Märkte mit geschlossenen Baustellen

IT, FR, UK, ES, IN, ZA
(~20% des Nettoumsatzes)

Märkte mit "offenen" Baustellen

RoW
(~80% des Nettoumsatzes)

- Geberit wurde hart getroffen
- Schwächste Monate seit Jahrzehnten
- Beispielloser Umsatzrückgang
 - Ausmass
 - Geschwindigkeit
 - Gleichzeitigkeit
- Auch "offene" Länder stark betroffen

Wichtige Massnahmen und Entscheidungen per Ende März

Keine Restrukturierung

- Keine Restrukturierungen - antizyklisches Investieren
- Keine Änderungen der strategischen Agenda

Krise nutzen

- Unverminderte Präsenz beim Kunden
- Kurzarbeit nur als absolut letztes Mittel
- Marktanteile gewinnen - sowohl kurz- als auch langfristig
- "Housekeeping" und Stärkung der Kompetenzen
- Aktienrückkauf beschleunigen
- Bereitschaft, Marge zu investieren

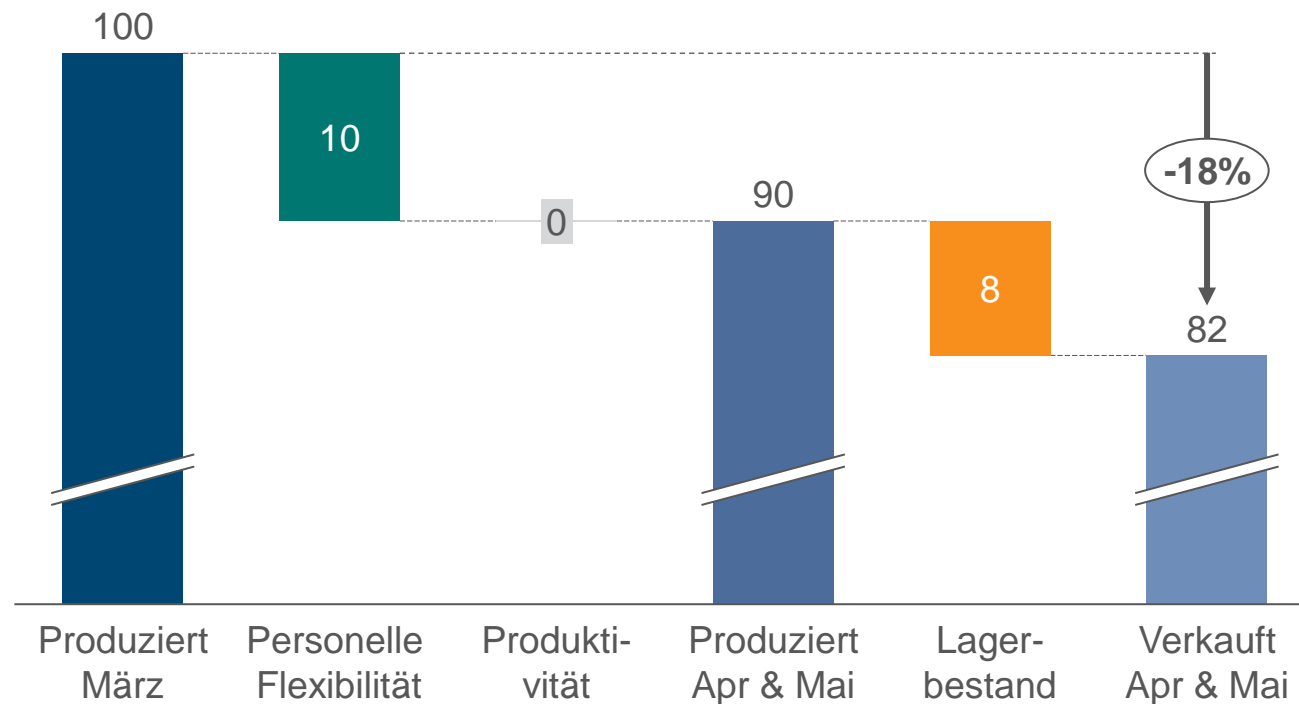
Anpassen an aktuelle Situation

- Flexibilität maximieren (Personal, Lagerbestände, etc.)
- Gezieltes Kosteneinsparungsprogramm

Hohe Flexibilität in den Produktionswerken

[Ø Industrielle Minuten/Tag, Index März = 100]

Volumen April & Mai (-18%)



Zentrale Herausforderung

- Geringe Visibilität (< 2 Wochen Auftragsbestand)

Wichtige Aktionen

- Personelle Flexibilität: Temporäre, Ferienplanung, Gleitzeitmodelle
- Bewusster Lageraufbau für Erholungsphase nach Lockdown

Voraussetzungen

- Tägliche KPIs
- Schnelle Entscheidungen via dezentrale Verantwortlichkeiten
- Stabile Prozesse und freie Kapazitäten
- Starke Beziehungen zu Mitarbeitern

Wesentliche Erkenntnisse aus der COVID-19-Krise

Erfolgsfaktoren

- Verfügbarkeit - Liquidität, Produkte, Kundennähe
- Flexibilität - keine Kurzarbeit
- Keine Überreaktion

Krisenresistenz unter Beweis gestellt (inkl. Keramikgeschäft)

- Robustes Geschäftsmodell
- Unverminderte Preisführerschaft
- Robuste Lieferkette
- “Value und Cash generation” auch während einer Krise

Erweiterte Kompetenzen

- Geberit ist agil und flexibel mit schnellen Entscheidungswegen
- Bedeutende Fortschritte in der Digitalisierung – auch über die Krise hinaus

Agenda

Jahresrückblick	C. Buhl
Umsatzentwicklung	C. Buhl
Jahresrechnung	R. Iff
COVID-19	C. Buhl
Bauindustrie – Ausblick	C. Buhl
Geberit – Ausblick	C. Buhl
Zusammenfassung	C. Buhl



Ausblick Bauindustrie 2021

- Anhaltend hohe Unsicherheiten rund um COVID-19-Pandemie und Einschränkungen (z.B. Virus Mutationen, Impfgeschwindigkeit)
- Unterschiedliche Entwicklung von Land zu Land
- Positive und negative Einflussfaktoren auf die Bauindustrie im Jahr 2021 – Gesamtrichtung und Ausmass noch unklar



Umsatzaufteilung und Einflussfaktoren 2021

Einflussfaktoren 2021

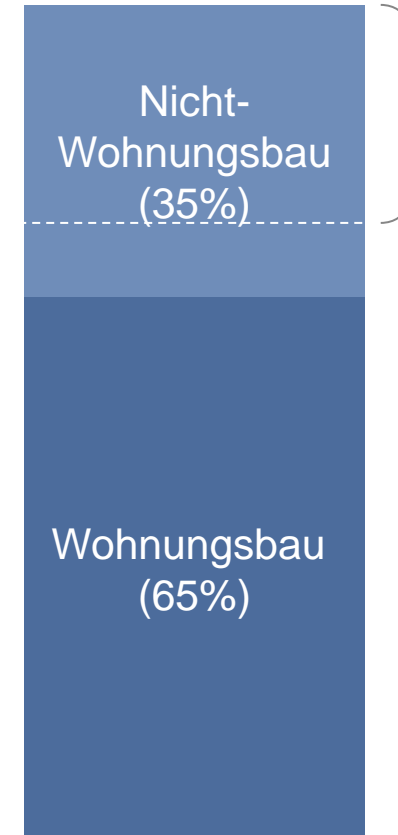
Positiv

- Trend zum Home Improvement – Dauer unklar
- Profitierende Geschäftsbereiche von COVID-19
 - Gesundheitswesen
 - Öffentliche Konjunkturprogramme
 - Hygienebezogene Produkte
- Historisch niedrige Zinssätze

Negativ

- Negativ betroffene Segmente von COVID-19
 - Hotels, Restaurants, Unterhaltung
 - Einzelhandel
 - Büroräume
- Geringere Investitionsbereitschaft
 - Professionelle Investoren
 - Endkunden

Geberit Umsatzaufteilung nach Segmenten



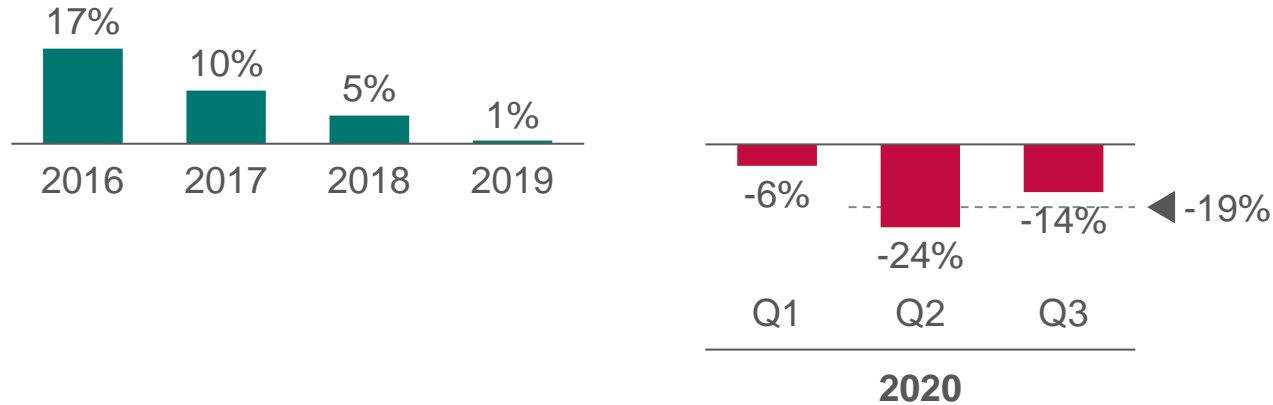
COVID-19 betroffen (20%)

- Hotels, Restaurants, Unterhaltung
- Büroräume
- Einzelhandel

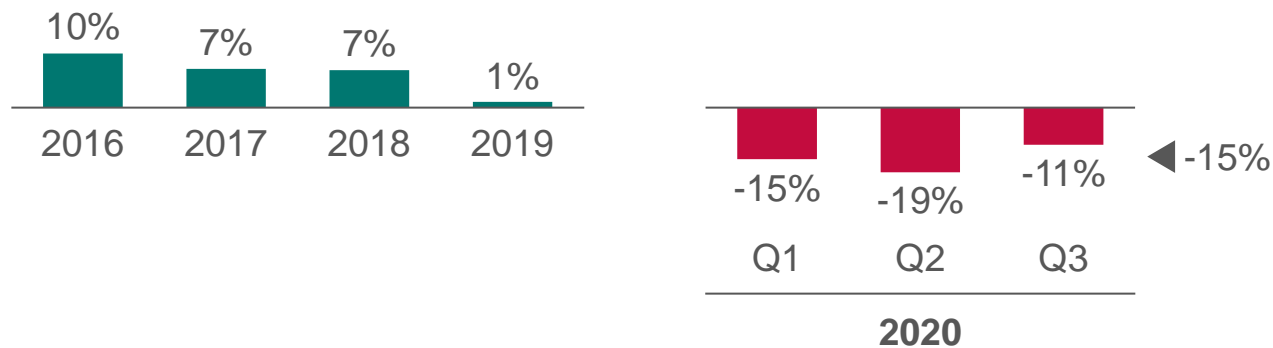
Bauindustrie Europa – Rückläufige Baugenehmigungen

% vs Vorjahr, in qm

Baugenehmigungen Wohngebäude Europa



Baugenehmigungen Nicht-Wohngebäude Europa



- Neubau-Segment macht 40% des Geberit Umsatzes aus
- Erheblicher Rückgang der Baugenehmigungen seit der COVID-19 Krise - stärkster Rückgang seit der Krise 2009
- Baugenehmigungen Q2-Q3 2020
 - Wohnungsbau: -19%
 - Nicht-Wohnungsbau: -15%
- Keine kurzfristige Erholung nach 1. Lockdown im Q2

Quelle: Eurostat, Europäische Union - 27 Länder

Agenda

Jahresrückblick	C. Buhl
Umsatzentwicklung	C. Buhl
Jahresrechnung	R. Iff
COVID-19	C. Buhl
Bauindustrie – Ausblick	C. Buhl
Geberit – Ausblick	C. Buhl
Zusammenfassung	C. Buhl



Produkteinführungen 2021 – Installations-, Spül- und Rohrleitungssysteme



Neues Versorgungssystem FlowFit

- Neue Presstechnologie
- Schnellere, sicherere und einfachere Installation mit nur zwei Pressbacken für alle acht Rohrdurchmesser
- Druckverlustoptimiert, ermöglicht kleinere Durchmesser und verbesserte Hygiene



Neuer Unterputzspülkasten "Alpha 12cm"

- Neue Unterputzspülkästen, angepasst an die Bedürfnisse der internationalen Märkte
- Sichere und zuverlässige Installation auch für weniger geübte Handwerker
- Moderne Spültechnik
- Einführung in Asien-Pazifik, Nahost und Afrika

Produkteinführungen 2021 – Badezimmersysteme



Geberit ONE

- Erweiterung des Sortiments
- Adressierung des mittleren und oberen Preissegments
- Konfigurator mit >2'000 Waschplatzkombinationen
- Intuitives Beleuchtungskonzept



Neues spülrandloses WC

- Neue spülrandlose WC-Technologie für das mittlere Preissegment
- Leichtere Installation
- Optimierte Spülung
- Hygienischer und leichter zu reinigen

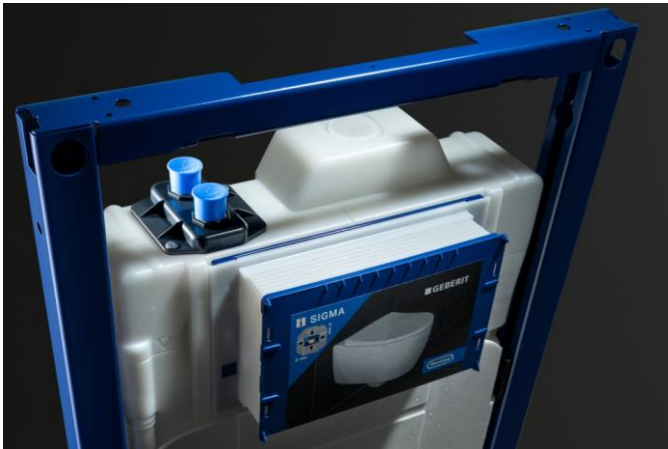


Produkteinführungen 2021 – Digitale Produkte



AquaClean-Fernwartung

- Verbindung über Geberit Home App
- Sofortige Beantwortung von Anfragen
- Kein Vor-Ort-Termin erforderlich
- Roll-out in CH und DE



Unterputzspülkasten mit Hygienespülung

- Automatisches Spülen zur Vermeidung von Stagnation
- Platzsparend
- Kompatibel mit vielen Betätigungsplatten
- Einrichtung über Geberit SetApp

Investitionen 2021 – Kapazitätserweiterung & Effizienzsteigerung



Werks- und Kapazitätserweiterung, Lichtenstein (DE)

- Erweiterung des Werks für Einbaurahmen und vorgefertigte Einbausysteme
- Zusätzliche, vollautomatisierte Produktionslinien
- CAPEX: EUR 40 Millionen (2020-2025)
- Payback: 3.1 Jahre



Kapazitäts- und Effizienzsteigerung für Unterputzspülkästen, Pfullendorf (DE)

- Neue Montagelinie für Unterputzspülkästen
- Weiter erhöhte Automatisierung
- CAPEX: EUR 3.1 Millionen (2021)
- Payback: 0.9 Jahre



Investitionen 2021 – Kapazitätserweiterung & Effizienzsteigerung



Kapazitätserweiterung & Effizienzsteigerung, Villadose (IT)

- Zusätzliche Extrusionsanlage für Abwassersystem Silent-Pro
- CAPEX: EUR 4 Millionen (2020/21)
- Payback: 2.9 Jahre



Kapazitätserweiterung für wandhängende WCs, Ekenäs (FI)


- Neue, vollautomatische Druckguss-Fertigungszelle mit 4 Werkzeugen
- Kapazität von 60'000 spülrandlosen wandhängenden WCs
- CAPEX: CHF 4 Millionen (2020-2022)



Digitalisierung 2021 – Weitere Investitionen in Schlüsselbereichen

Zusätzliche Digitalisierungsaktivitäten 2021

- Erweiterung der Kapazitäten für digitale Produkttests und digitale Produktqualität
- Verstärkung des Teams in den Bereichen Software, Konnektivität und Daten
- Zusätzliche IT-Kapazitäten hauptsächlich für Vertrieb und Marketing

- 
- Zusätzliche jährliche Ausgaben von CHF 15 Millionen ab 2021
 - Hauptsächlich Personal- und OPEX-Kosten

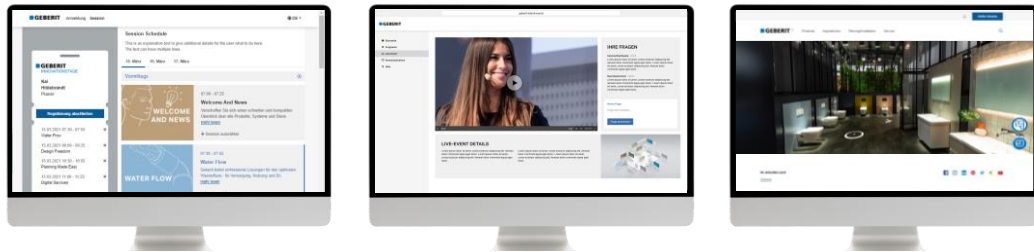


Marketing 2021 – Ausblick

Ausgaben Marketing 2021

- 2020: COVID-19-bedingte Einschränkungen führten zu Marketing-Einsparungen von CHF 25 Millionen
- 2021: Ziel von normalisierten Marketingausgaben inkl. neuer/zusätzlicher digitaler Veranstaltungsformate

Beispiel für neues digitales Veranstaltungsformat: Geberit Innovation Days

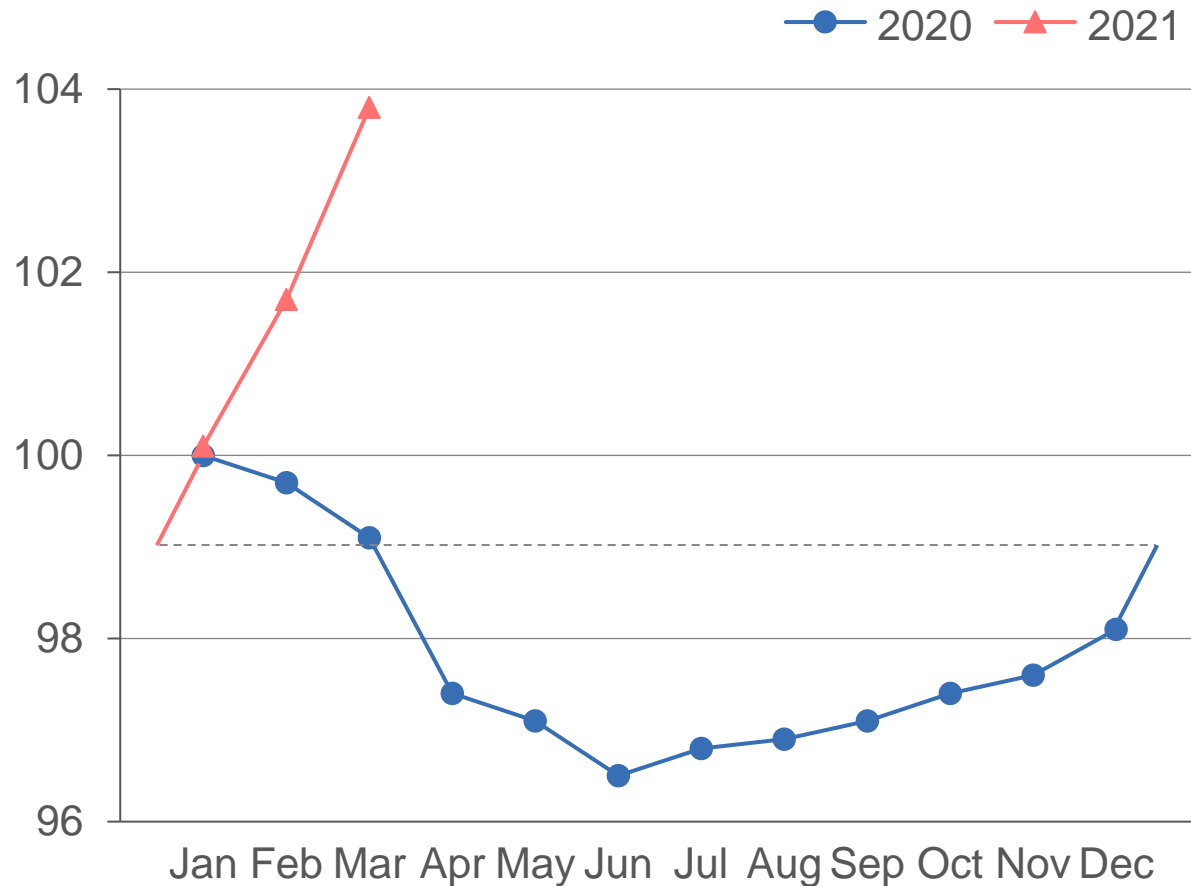


- Vorführen von neuen Produkten, Überblick über wichtige digitale Tools und Expertengespräche
- Live-Stream von der physischen 300 m² Ausstellung in Pfullendorf
- Streaming in über 30 Märkte in 26 Sprachen
- Koordiniert durch digitale Plattform (Registrierung, individuelles Programm, Interaktion durch Live-Chat)

Ausblick Rohmaterialpreise – Deutlicher Anstieg des Preisniveaus seit Dez. 2020

Geberit: Monatliche Rohmaterialpreise

Index: Jan 2020 = 100



- Rückgang der Rohmaterialpreise ab April 2020 aufgrund der COVID-19-Krise
- Erheblicher Anstieg der Rohmaterialpreise seit Dezember 2020
- Erwarteter Rohmaterialpreis Q1 2021 vs. Q4 2020 von circa +4%
- Erheblicher Gegenwind durch höhere Rohmaterialpreise ab Q2 2021 erwartet durch zunehmend negativeren Basiseffekt

Agenda

Jahresrückblick	C. Buhl
Umsatzentwicklung	C. Buhl
Jahresrechnung	R. Iff
COVID-19	C. Buhl
Bauindustrie – Ausblick	C. Buhl
Geberit – Ausblick	C. Buhl
Zusammenfassung	C. Buhl



Fazit – Geberit mit sehr gutem Jahr 2020, trotz Krise

- Sehr gute Ergebnisse, trotz COVID-19-Krise
- Weitere Marktanteilsgewinne
- Erfolgreiches Krisenmanagement – Fokus auf Kundenbeziehungen und Flexibilität
- Keine Entlassungen, Gehaltskürzungen, wesentliche Kurzarbeit oder finanzielle Unterstützung durch öffentliche Hand/Steuerzahler
- Signifikanter Schritt bei der Digitalisierung, vor allem bei Kundenbeziehungen
- Krisenjahr 2020 zeigt
 - Stärken unserer fokussierten Strategie
 - Widerstandsfähigkeit unseres Geschäftsmodells, einschliesslich des Keramikgeschäfts
 - Wertschöpfung und starke Cashflow-Generierung auch während einer Krise

Zusammenfassung – Ausblick 2021

- Anhaltende Ungewissheiten um COVID-19
- Positive und negative Markt-Einflussfaktoren im Jahr 2021 – Gesamtrichtung unklar
- Deutlicher Anstieg der Rohmaterialpreise seit Dezember 2020 – erheblicher Gegenwind ab Q2
- Schlüsselprioritäten für Geberit 2021
 - Weitere Digitalisierung der Marketingaktivitäten mit Marketingausgaben auf Vorkrisenniveau
 - Weite verstärkte Digitalisierung mit dedizierten Initiativen
 - Starker Fokus auf wichtige neue Produkteinführungen



Zusammenfassung – Starkes Fundament liefert industrieführende Ergebnisse

- Fokussierte Strategie, gepaart mit Umsetzungsstärke
- Entscheidungsträger-orientiertes Geschäftsmodell
- Fokus auf Innovation und Nachhaltigkeit
- Effizienzfokus mittels kontinuierlichen Investitionen
- Funktionale und schlanke Organisation
- Starke und bodenständige Kultur

Nettoumsatz (wb)

+8.0%

CAGR 2014-20

EBITDA (wb)

+8.6%

CAGR 2014-20

EPS (wb)

+9.5%

CAGR 2014-20

Free Cashflow (in CHF)

+7.7%

CAGR 2014-20

CO₂-Emissionen (relativ)

-8.0%

CAGR 2015-20

Patente (p.a.)

33

Durchschnitt 2016-20

Anmerkung: Sämtliche Zahlen inklusive M&A und Veräusserungen



Wichtige Daten 2021

- 14. April 2021
 - 20. April 2021
 - 4. Mai 2021
 - 19. August 2021
 - 3. November 2021
- Generalversammlung
 - Dividendenzahlung
 - Information zum 1. Quartal 2021
 - Medieninformation und Telefonkonferenz
 - Information zum Halbjahresbericht 2021
 - Medieninformation und Telefonkonferenz
 - Information zum 3. Quartal 2021
 - Medieninformation und Telefonkonferenz
-

Haftungsausschluss

Obwohl Geberit grosse Anstrengungen unternimmt, richtige und aktuelle Aussagen zu machen, können wir keinerlei Garantien und Gewährleistungen zur Richtigkeit und Vollständigkeit der Informationen in diesem Handout übernehmen und lehnen jegliche Haftung aus deren Verwendung ab.

Alle Aussagen dieser Präsentation, die sich nicht auf historische Fakten beziehen, sind Zukunftsaussagen, die keinerlei Garantie bezüglich der zukünftigen Leistungen gewähren; sie beinhalten Risiken und Unsicherheiten einschliesslich, aber nicht beschränkt auf zukünftige globale Wirtschaftsbedingungen, Devisenkurse, gesetzliche Vorschriften, Marktbedingungen, Aktivitäten der Mitbewerber sowie andere Faktoren, die ausserhalb der Kontrolle des Unternehmens liegen.

Alle Finanzinformationen sind geprüft, ausser die Quartalsumsätze, die Analysen zu Währungseinflüssen, die nicht organischen Effekte, die Einmaleffekte sowie die Entwicklung der EBITDA Marge. Die Quartalszahlen wurden nach den gleichen Rechnungslegungsstandards aufbereitet wie die geprüften Jahresabschlüsse.

