

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 2021

Christian Buhl, CEO

Tobias Knechtle, CFO

9. März 2022

Agenda

Jahresrückblick	C. Buhl
Umsatzentwicklung	C. Buhl
Jahresrechnung	T. Knechtle
CO ₂ -Strategie	C. Buhl
Bauindustrie – Ausblick	C. Buhl
Geberit – Ausblick	C. Buhl
Zusammenfassung	C. Buhl

Kennzahlen 2021

Nettoumsatz (wb)

+14.7%

vs. VJ

EBITDA-Marge

30.9%

-10 Basispunkte vs. VJ

EPS (in CHF)

+18.9%

vs. VJ

Free Cashflow (in CHF)

+12.8%

vs. VJ

Dividendenantrag 2021
(in CHF)

12.50

+9.6% vs. VJ

Relative CO₂-Emissionen

-8.4%

vs. VJ

- Stärkstes Nettoumsatzwachstum seit dem Börsengang im Jahr 1999
- Überproportionales Gewinnwachstum
- EBITDA mit CHF 1'069 Mio. erstmals über CHF 1 Mrd.
- Sehr starkes EPS-Wachstum auf CHF 21.34
- Viertes Jahr in Folge mit zweistelligem Wachstum des Free Cashflow auf CHF 809 Mio.
- Erhöhte Dividende von CHF 12.50
- Signifikante Reduktion der relativen CO₂-Emissionen

Kennzahlen 2021 – 2-Jahres-Vergleich während der COVID-19-Pandemie

Nettoumsatz (wb)

+16%

vs. 2019

EBITDA-Wachstum (wb)

+24%

vs. 2019

EPS (wb)

+25%

vs. 2019

Free Cashflow (in CHF)

+26%

vs. 2019

Werksproduktivität (in IM/h¹)

+10%

vs. 2019

Kundenkontakte² (in #)

+14%

vs. 2019

- Ausgezeichnete Ergebnisse während der COVID-19-Pandemie in den Jahren 2020 und 2021
 - Marktanteilsgewinne
 - Starkes zweistelliges Wachstum der Finanzergebnisse
 - Starke operative Leistung trotz COVID-19-Einschränkungen
- Fokussierte Strategie, keine Ablenkungen
- Erfolgreiches Krisenmanagement
 - Keine Überreaktion – «die Krise nutzen»
 - Fokus auf Kundenbeziehungen, Verfügbarkeit und Flexibilität
 - Grosse Fortschritte in der Digitalisierung

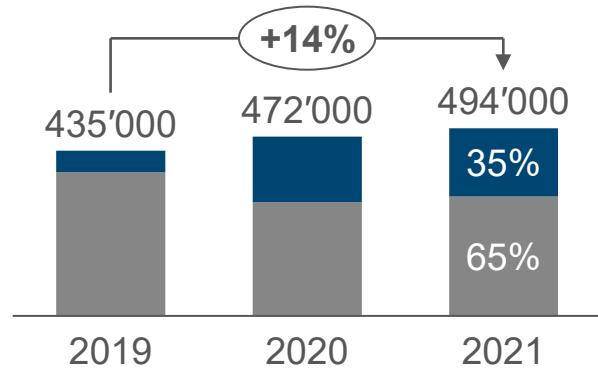
1 Industrielle Minuten pro Arbeitsstunde 2 Virtuelle und physische Kontakte

Kennzahlen 2021 – Kundenpräsenz

■ Digital
■ Physisch

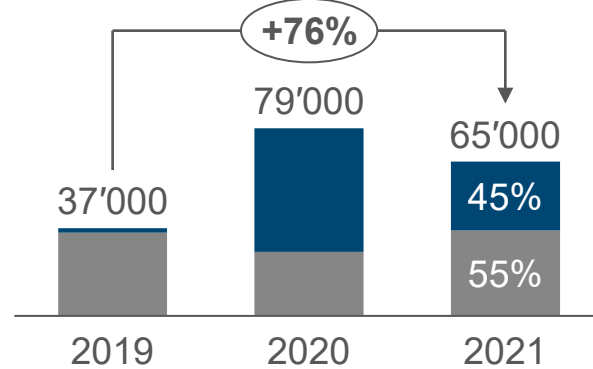
Kundenkontakte

[# Kontakte]



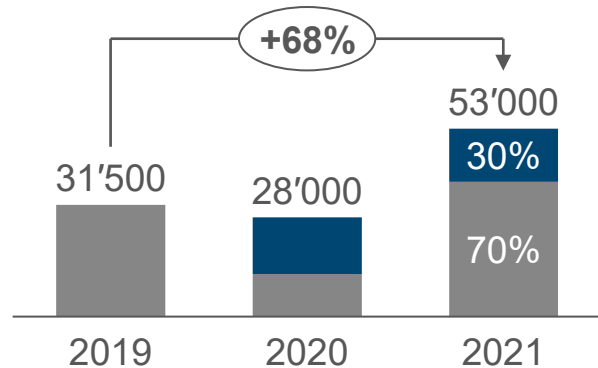
Kundentrainings

[# Teilnehmer]



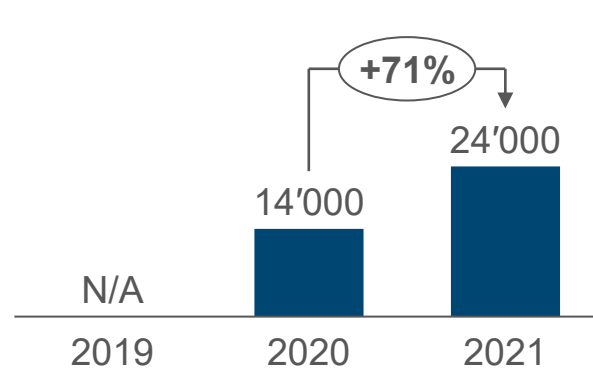
Kundenveranstaltungen

[# Teilnehmer]



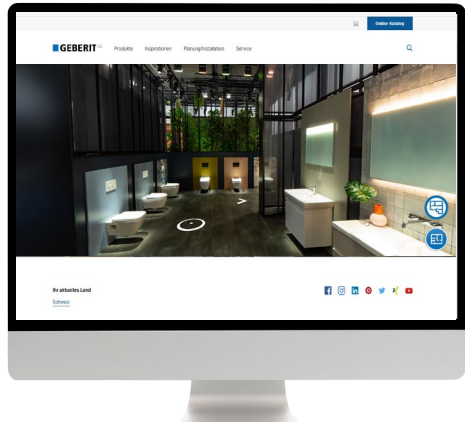
Virtuelle Showrooms

[# Besuche]



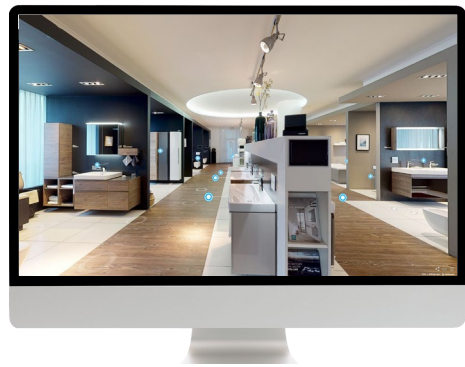
- Deutlich mehr Kundenkontakte im Vergleich zu vor COVID-19
- Wieder vermehrt physische Schulungen und Veranstaltungen im Jahr 2021
- Weiterhin hoher Anteil an digitalen Interaktionen und Formaten im Jahr 2021, z. B. «Geberit Innovation Days»

Vertrieb & Marketing 2021 – Beispiele für digitalisierte Kundenveranstaltungen



Geberit Innovation Days («Technical» Pull)

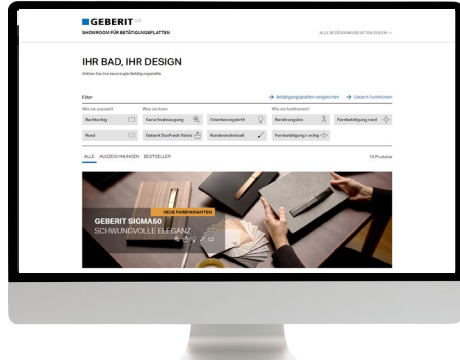
- Globale Plattform zur Vorstellung neuer Produkte als Alternative zu abgesagten Messen im Frühjahr 2021
- Streaming von der 300 m² großen Ausstellung in Pfullendorf in über 40 Märkte in 26 Sprachen
- Über 10'000 registrierte Teilnehmer am Live-Event und 50'000 Besuche der Mediathek
- Verwaltet über eine digitale Plattform (Registrierung, individuelles Programm, Live-Chat)



Geberit Virtual Showroom (“Showroom” Pull)

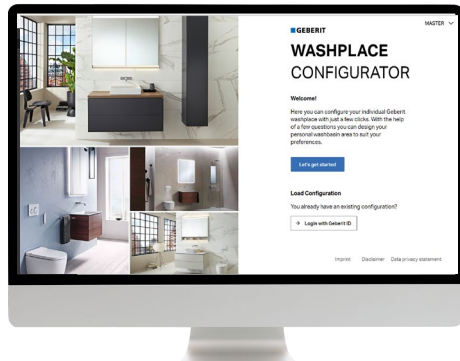
- Virtuelle Ausstellungsräume in DE, AT, NL, BE, IT, den nordischen Ländern und internationalen Märkten
- Über 24'000 Besucher
- Fokus auf Badezimmersysteme inkl. Geberit AquaClean (Design Meets Function)

Vertrieb & Marketing 2021 – Beispiele für digitale Aktivitäten für Endkunden



Betätigungsplatten-Showroom

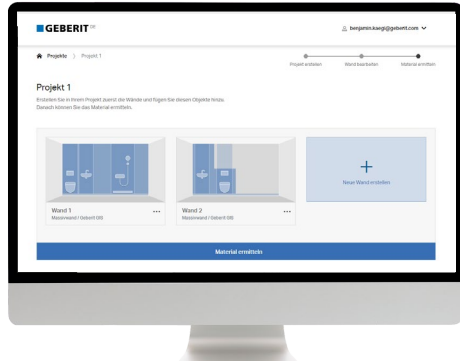
- Neuer digitaler Showroom präsentiert das Sortiment an Betätigungsplatten und unterstützt die Produktauswahl
- Für Endverbraucher und Showroom-Mitarbeitende
- Einführung in 28 Märkten



Waschplatz-Konfigurator

- Konfiguration des Geberit ONE Waschplatzes mit ~2'000 Kombinationen auf intuitive Weise inkl. Echtzeit-3D-Rendering
- Für Endverbraucher und Showroom-Mitarbeitende
- Einführung in CH und NL als Pilotmärkte

Vertrieb & Marketing 2021 – Beispiele digitaler Aktivitäten für Fachkunden



Duofix/GIS Kalkulationstool

- Mobile Anwendung zur Planung und Berechnung von Geberit Installationssystemen vor Ort innerhalb weniger Minuten
- Für Installateure
- Eingeführt in DE, CH, FR und PL

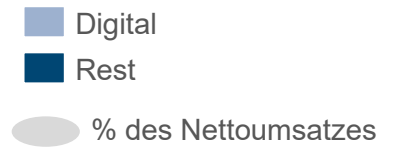
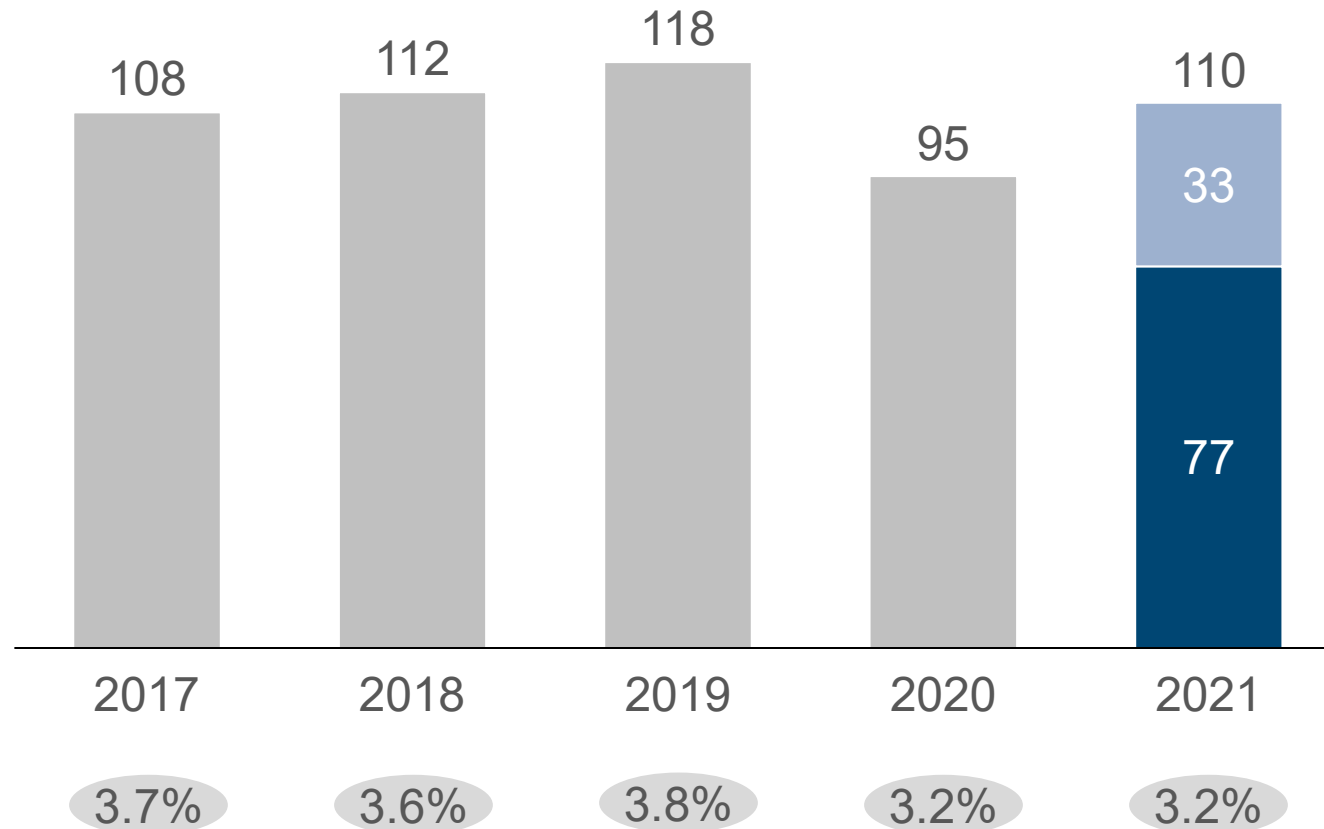


Building Information Modelling (BIM)

- Aktualisiertes Plug-in für die Autodesk BIM-Software (Integration von Produktkatalog, Berechnungsmodul Dachentwässerung, Planungsmodul Installationssysteme)
- Für Planer und Architekten
- Über 6'500 aktive Nutzer und über 200'000 Planungssitzungen im Jahr 2021

Marketing 2021 – Ausgaben

Marketingausgaben CHF Millionen



- Marketingausgaben aufgrund COVID-19-Beschränkungen immer noch unter 2019
- Steigender Anteil digitaler Marketingaktivitäten (z.B. digitale Schulungen, Kampagnen)
- 30% der gesamten Marketingausgaben für digitale Tools und digitale Kanäle

Innovationen 2021 – Produkteinführungen

Geberit FlowFit



Versorgungssystem mit
neuer Presstechnik

**«Der neue
Rohrleitungsstandard»**

Geberit Alpha 12cm



Neuer Unterputzspülkasten,
für die Bedürfnisse
internationaler Märkte

**«Moderne
Spülungstechnik für die
Welt»**

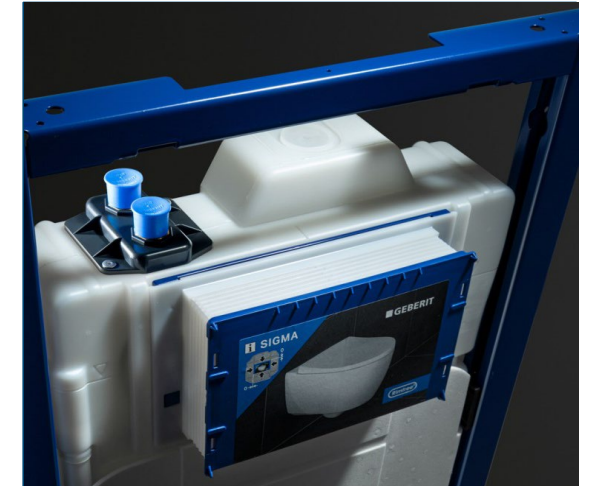
Geberit ONE



Erweiterung des Sortiments
ermöglicht >2'000
Waschplatzkombinationen

**«Der neue Standard im
mittleren und oberen
Preissegment»**

Unterputzspülkasten mit Hygienespülung



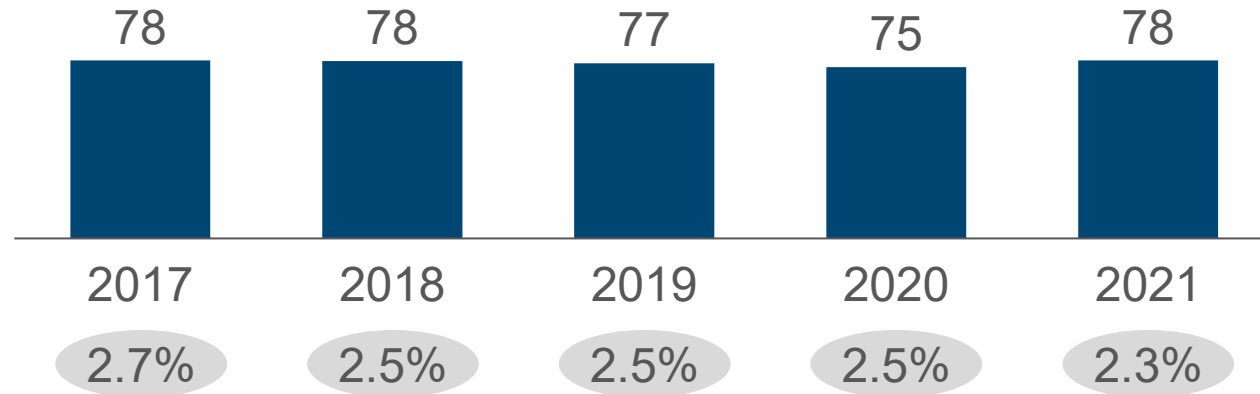
Automatisches Spülen zur
Vermeidung von
Trinkwasserstagnation

**«Hygienespülung für
alle»**

Innovation 2021 – Kontinuierliche Stärkung der Innovationspipeline

F&E Ausgaben

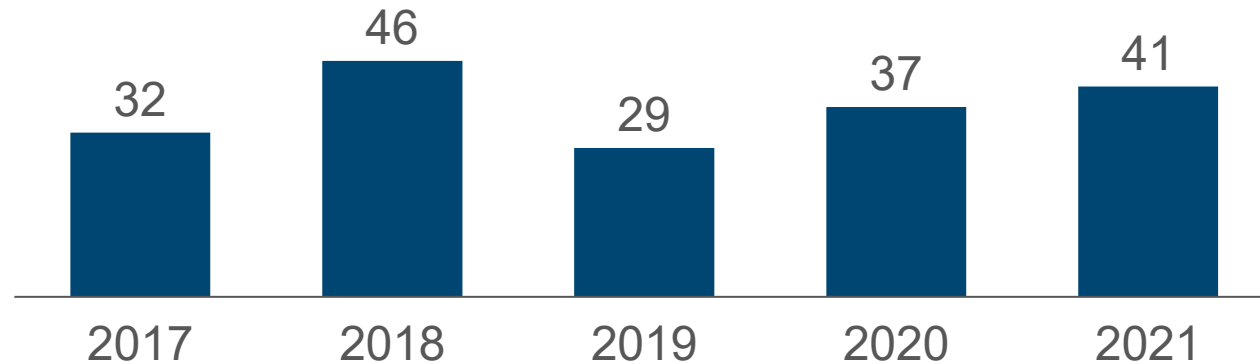
CHF Millionen



○ % des Nettoumsatzes

F&E Performance

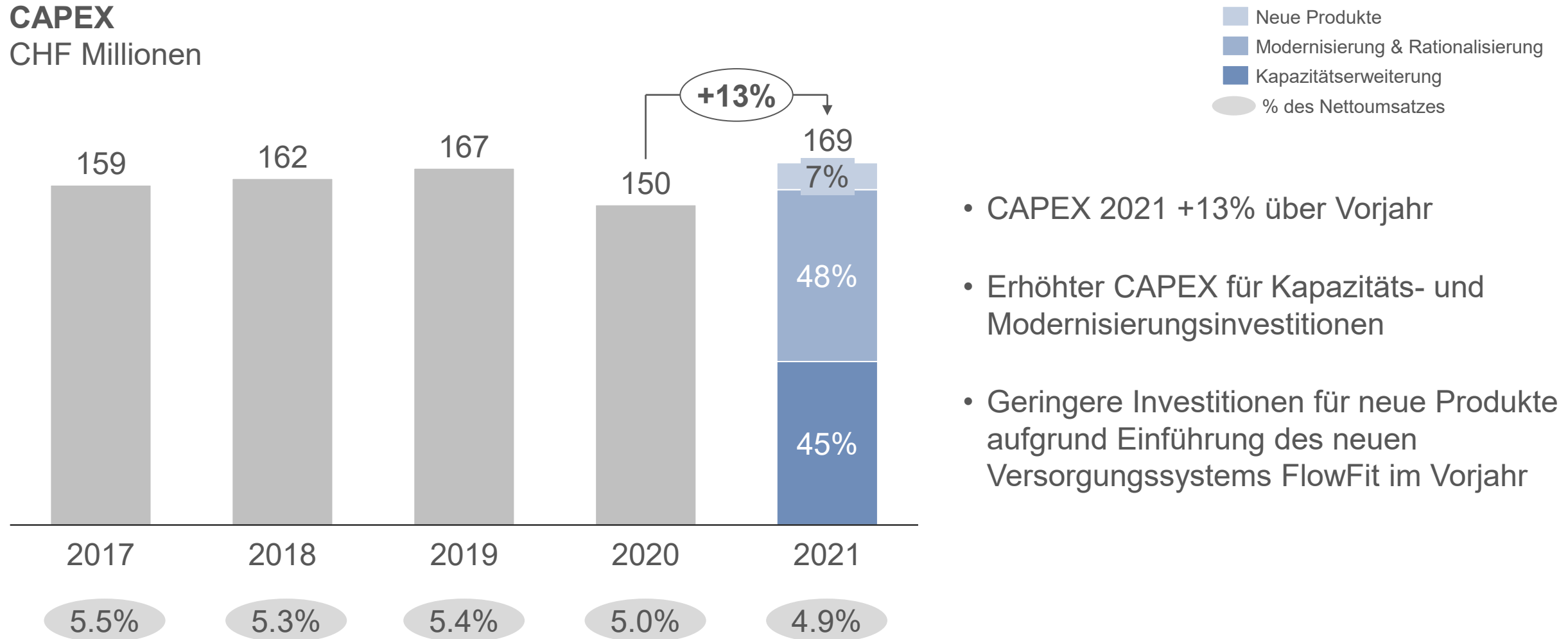
neue Patente



- Kontinuierlich hohe Investitionen in Innovationspipeline
- F&E Ausgaben von 2.3 % des Nettoumsatzes in 2021
- Deutlicher Anstieg neuer Patente seit Integration von Sanitec durch integrierte Innovationen hinter und vor der Wand

CAPEX 2021

CAPEX
CHF Millionen



- CAPEX 2021 +13% über Vorjahr
- Erhöhter CAPEX für Kapazitäts- und Modernisierungsinvestitionen
- Geringere Investitionen für neue Produkte aufgrund Einführung des neuen Versorgungssystems FlowFit im Vorjahr

Investitionen 2021 – Kapazitätserweiterung und Effizienzsteigerung



Kapazitäts- und Effizienzsteigerung Unterputzspülkästen, Pfullendorf (DE)

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



Kapazitätserweiterung und Effizienzsteigerung, Villadose (IT)

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

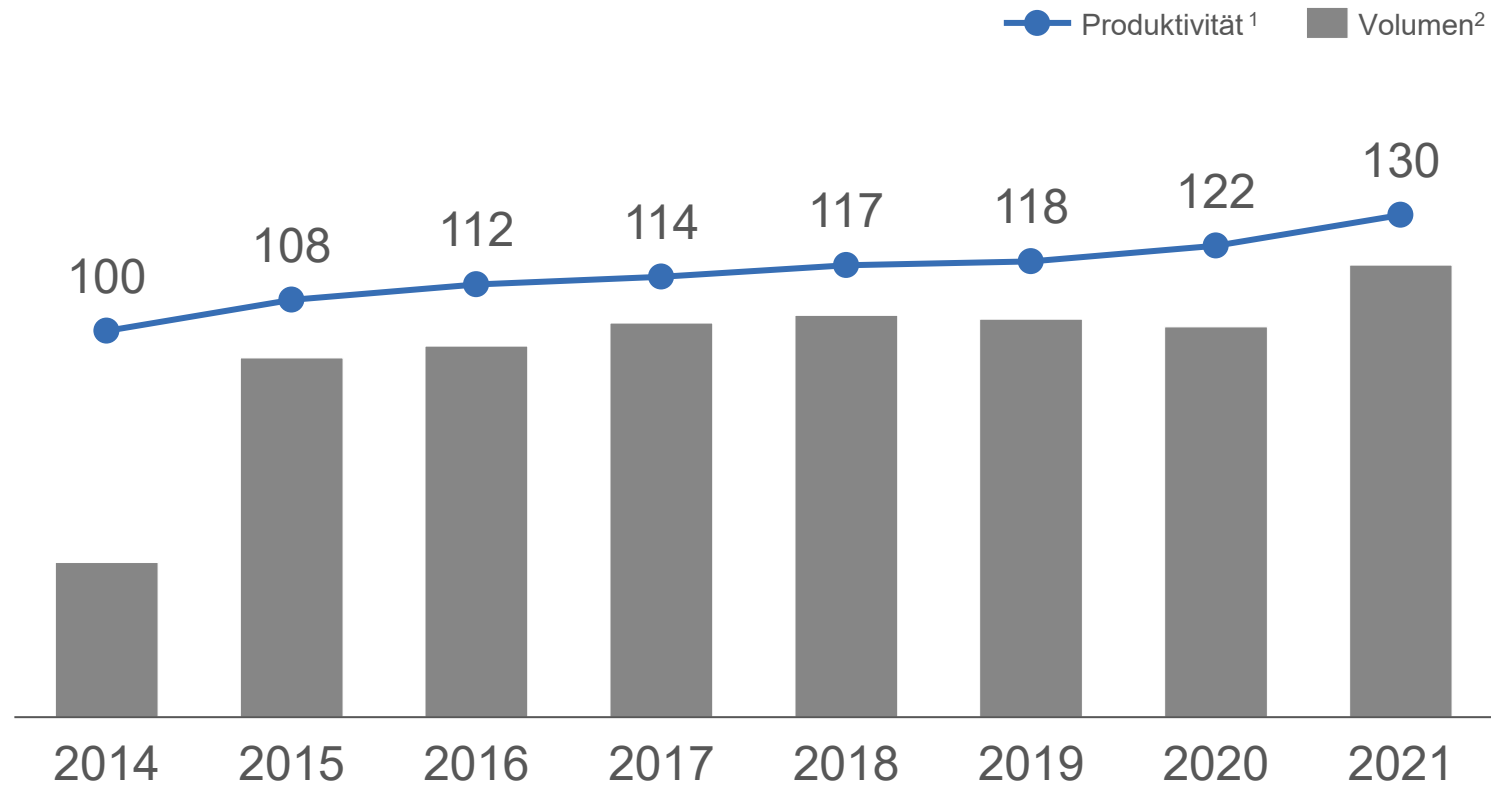


Kapazitätserweiterung für wandhängende WCs, Ekenäs (FI)

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

Kontinuierliche Produktivitätssteigerung der Geberit Werke

Produktivität¹ und Produktionsvolumen², indexiert (2014 = 100)



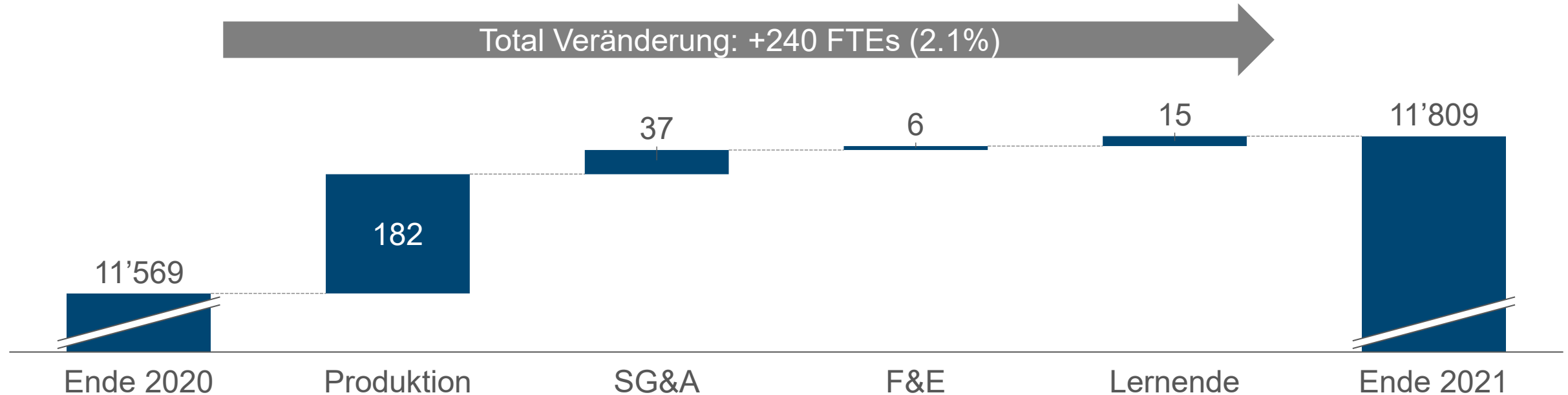
- Produktivitätssteigerung von +5.9% in 2021
- Wichtigste Treiber
 - Schliessung von 3 kleineren Werken
 - Prozessverbesserungen
 - Automatisierung
- Durchschnittliche Produktivitätssteigerung von +3.8% pro Jahr seit 2014

1 Industrielle Minuten pro Arbeitsstunde

2 Industrielle Minuten

Mitarbeitende 2021 – Unterproportionaler Anstieg des Personalbestandes

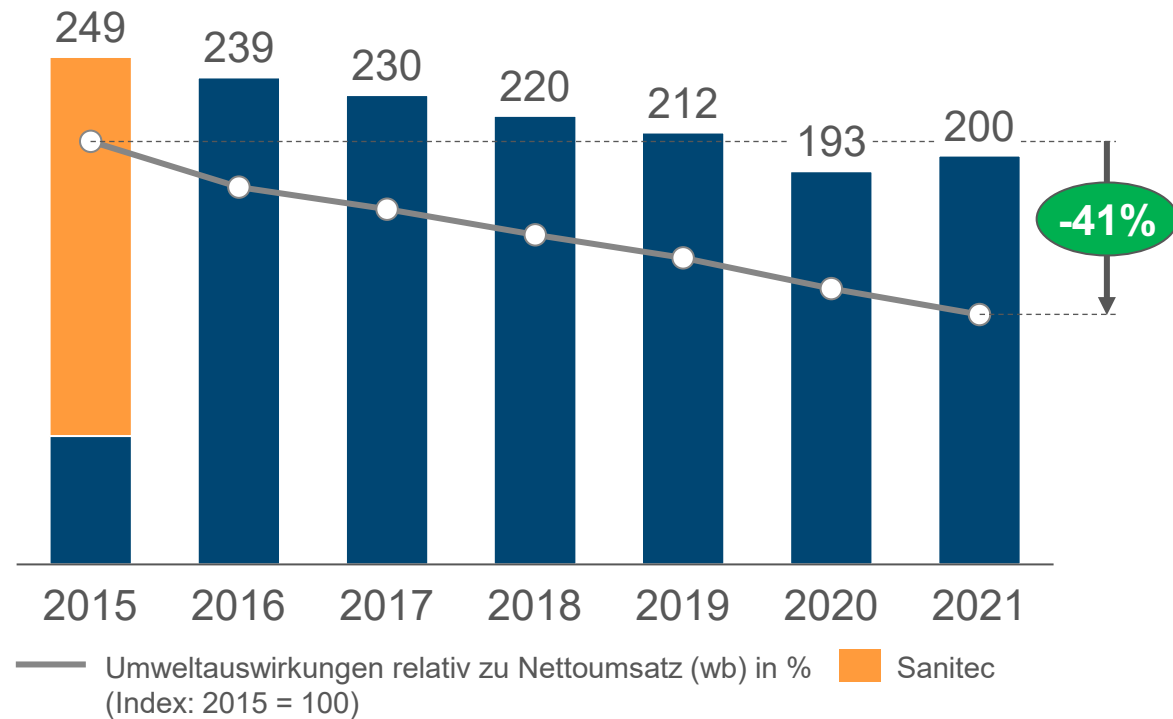
Anzahl Mitarbeitende, in FTE



- Unterproportionaler Anstieg des Personalbestands
- Zusätzliche Mitarbeitende, hauptsächlich temporäre Arbeitskräfte in der Produktion aufgrund des starken Mengenwachstums

Nachhaltigkeit 2021 – Signifikante Reduktion der Umweltbelastung seit 2015

Umweltbelastung 2015-2021, in Milliarden UBP¹



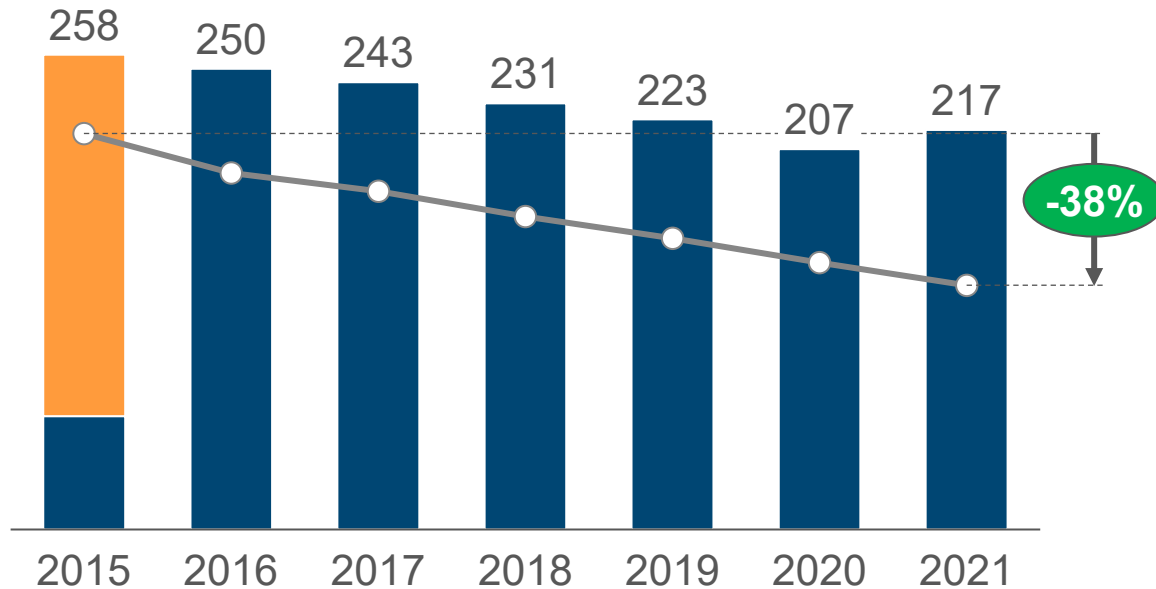
- Nachhaltigkeitsstrategie und -team seit 1990
- Umfassender Nachhaltigkeitsbericht seit 2004
- Relative Umweltbelastung² 2021: -9.3%
- Relative Umweltbelastung² seit 2015: -41%
- Wesentliche Hebel
 - Relativer Energieverbrauch² seit 2015: -38%
 - Relativer Wasserverbrauch² seit 2015: -42%

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

² Im Verhältnis zum Nettoumsatz

Nachhaltigkeit 2021 – Signifikante Reduktion der CO₂-Emissionen seit 2015

CO₂-Emissionen (Scope 1 und 2) 2015 - 2021 in Tausend Tonnen



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

1 Im Verhältnis zum Nettoumsatz

- Relative CO₂-Emissionen¹ 2021: -8.4%
- Relative CO₂-Emissionen¹ seit 2015: -38%
- Wesentliche Hebel
 - Energiesparende Technologie in Keramikwerken
 - Beschaffung von erneuerbarer Energie
 - Upselling des Keramik-Portfolios

Nachhaltigkeit 2021 – Beispiele nachhaltiger Produkte



Geringerer Wasserverbrauch des optimierten spülrandlosen iCon WCs

- Geringerer Wasserverbrauch bei gleicher Spülleistung durch neue Spülumlenkung
- Reduktion des Wasserverbrauchs um bis zu 33%
- WC-Schüssel kalibriert und abgestimmt auf Geberit Spülsysteme



Energie sparen mit Supertube und Sovent

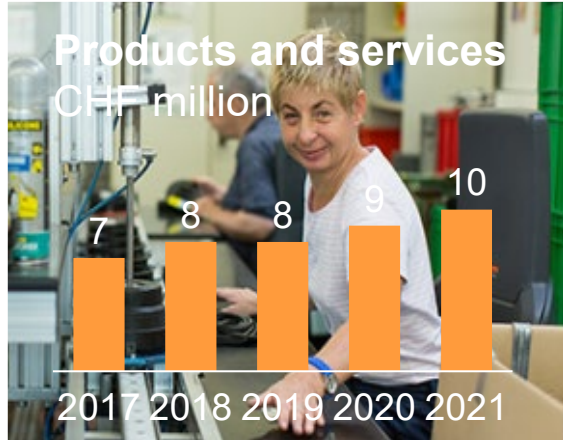
- Spart Platz, Montagezeit und Material
- Gesamte Materialeinsparung von 360 t/a HDPE
- Reduktion von 40% oder 1'940 t CO₂ pro Jahr



Recyclbar und weniger Verpackung für Hygienespülung

- Verpackungen aus 100% recyclebarem Karton, kein Styropor mehr
- Verpackungsvolumen um 35% und Verpackungsmaterial um 40% reduziert
- 85% weniger CO₂-Emissionen pro Artikel oder eine Reduktion von 33 t CO₂ pro Jahr

Soziale Verantwortung 2021



Unterstützung von Werkstätten

- Bewusste Vergabe von Aufträgen an Einrichtungen für beeinträchtigte Menschen und Langzeitarbeitslose
- Unterstützung von Werkstätten in CH, DE, AT, FR, PL, SI mit ~550 Menschen
- Hauptsächlich Montage- und Verpackungsarbeiten
- Erhöhung des Beschaffungsvolumens von 7 Mio. CHF auf 10 Mio. CHF seit 2017



Soziale Projekte und Spenden

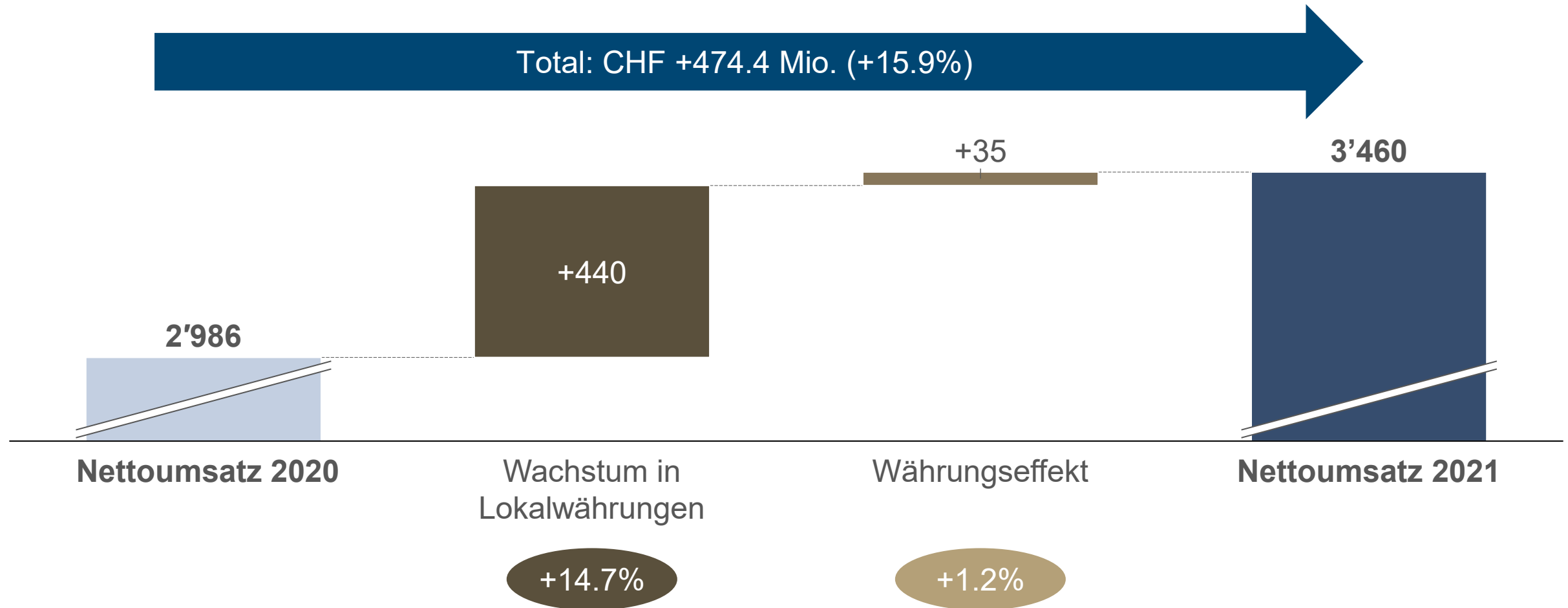
- Bau und Installation von Sanitäranlagen in einer Berufsschule mit Internat in Vinnytsia, Ukraine
- Spende von 4 LKW-Ladungen mit Sanitärkeramiken für Waisenhäuser und Kinderheime in Tiraspol in Moldawien

Agenda

Jahresrückblick	C. Buhl
Umsatzentwicklung	C. Buhl
Jahresrechnung	T. Knechtle
CO ₂ -Strategie	C. Buhl
Bauindustrie – Ausblick	C. Buhl
Geberit – Ausblick	C. Buhl
Zusammenfassung	C. Buhl

FY 2021 – Wachstum Nettoumsatz in lokalen Währungen von +14.7%

Nettoumsatz, CHF Millionen



Nettoumsatz 2021 – Wachstum pro Quartal

Quartal	Nettoumsatz CHF Millionen	Vorjahresabweichung % wb	Kommentar
Q1	910	13.0%	<ul style="list-style-type: none"> • Starker Home-Improvement-Trend, Catch-up von 2020 • Basiseffekt aus COVID-19-Krise und Lockdown in Q2 • Home-Improvement-Trend • Aufbau von Lagerbeständen bei Grosshändlern • Ausserordentliche Preiserhöhungen
Q2	924	34.1%	
Q3	855	6.6%	
Q4	773	7.7%	
FY	3'460	14.7%	

Nettoumsatz 2021 – Entwicklung in den Kernmärkten Europas

Land / Region	Nettoumsatz Mio. CHF	Vorjahresabweichung		Kommentar	
		% CHF	% wb		
Europa – Kernmärkte	Deutschland	1'084	13.3%	11.9%	<ul style="list-style-type: none"> • Home-Improvement-Trend • Aufbau von Lagerbeständen bei Grosshändlern • Preiserhöhungen
	Schweiz	329	7.5%	7.5%	
	Benelux	290	15.3%	14.0%	
	Italien	237	27.1%	25.4%	<ul style="list-style-type: none"> • Basiseffekt aufgrund geschlossener Baustellen in Q2 2020
	Österreich	214	21.8%	19.9%	<ul style="list-style-type: none"> • Starkes Wachstum nach bereits starkem Vorjahr

Nettoumsatz 2021 – Entwicklung in Europäischen Expansionsmärkten

Land / Region	Nettoumsatz Mio. CHF	Vorjahresabweichung		Kommentar	
		% CHF	% wb		
Europa – Expansionsmärkte	Osteuropa	350	22.4%	25.4%	• Währungsbedingte Preiserhöhungen in mehreren Ländern
	Nordische Länder	331	11.4%	7.9%	• Zweistelliges Wachstum bei Unterputz-Spülsystemen
	Frankreich	187	16.3%	14.9%	• Basiseffekt aufgrund geschlossener Baustellen in Q2 2020
	UK/Irland	108	18.1%	13.0%	
	Iberische Halbinsel	27	26.5%	25.1%	

Nettoumsatz 2021 – Entwicklung ausserhalb von Europa

Land / Region	Nettoumsatz Mio. CHF	Vorjahresabweichung		Kommentar
		% CHF	% wb	
Fernost / Pazifik	123	32.6%	28.8%	<ul style="list-style-type: none"> • Starke Leistung in China • Starke Erholung in Indien nach hartem Lockdown in 2020
Amerika	100	2.4%	5.1%	<ul style="list-style-type: none"> • Mangel an Komponenten und Arbeitskräften in H2 2021
Nahost / Afrika	82	28.3%	25.7%	<ul style="list-style-type: none"> • Starkes Wachstum in Nordafrika • Zweistelliges Wachstum in Südafrika trotz schwierigem Marktumfeld

Nettoumsatz 2021 – Entwicklung pro Produktbereich

	Nettoumsatz CHF Mio.	Vorjahresabweichung		Kommentar
		% CHF	% wb	
Installations- & Spülsysteme	1'324	18.9%	18.0%	<ul style="list-style-type: none"> • Starkes Wachstum in allen 3 Produktbereichen • Verlangsamtes Wachstum von Badezimmersystemen in H2 2021 <ul style="list-style-type: none"> – Stärkere Lagereffekte bei Installations-/Spülsystemen und Rohrleitungssystemen – Anzeichen einer Verlangsamung des Home-Improvement-Trends vs. H1
Rohrleitungssysteme	1'055	16.8%	15.3%	
Badezimmer-Systeme	1'081	11.6%	10.4%	

Agenda

Jahresrückblick	C. Buhl
Umsatzentwicklung	C. Buhl
Jahresrechnung	T. Knechtle
CO ₂ -Strategie	C. Buhl
Bauindustrie – Ausblick	C. Buhl
Geberit – Ausblick	C. Buhl
Zusammenfassung	C. Buhl

Wichtigste Kennzahlen 2021

CHF Millionen	2021	2020	YoY
Nettoumsatz	3'460	2'986	15.9%
EBITDA	1'069	925	15.6%
<i>Marge</i>	30.9%	31.0%	
EBIT	902	772	16.9%
<i>Marge</i>	26.1%	25.8%	
Nettoergebnis	756	642	17.7%
<i>Marge</i>	21.8%	21.5%	
EPS (CHF)	21.34	17.95	18.9%
Free Cashflow	809	717	12.8%
<i>Marge</i>	23.4%	24.0%	
ROIC	27.1%	23.2%	3.9%pp

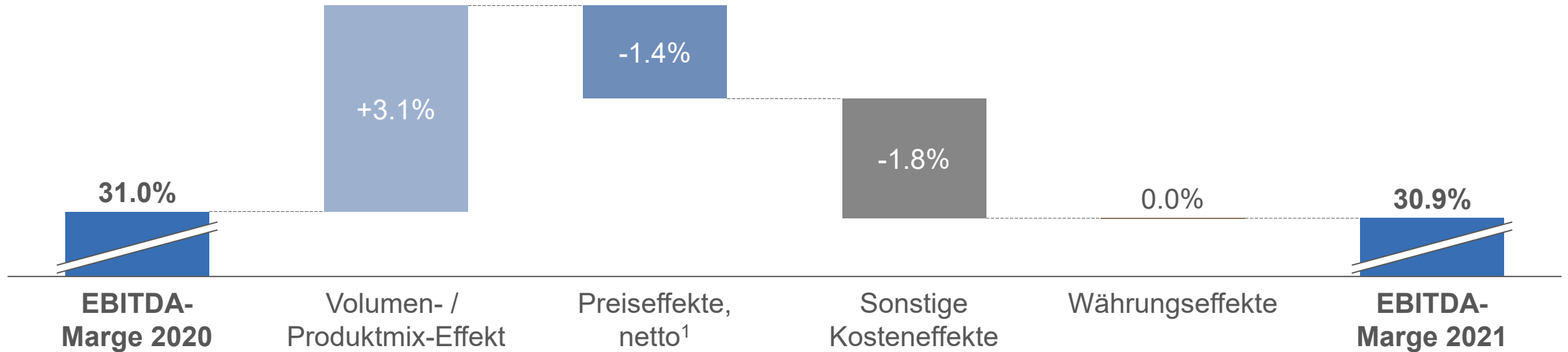
- Starke operative Rentabilität trotz erheblicher Preissteigerungen bei Rohstoffen, Energie und Logistik sowie Normalisierung der Marketingkosten
 - Verkaufspreiserhöhungen
 - Starker Volumeneffekt
- Überproportionales Wachstum des Gewinns pro Aktie (ggü. EBITDA) dank tieferen Finanzierungskosten und Aktienrückkauf
- Free Cashflow trotz höherer Investitionen durch Betriebsergebnis gesteigert
- ROIC-Anstieg durch Verbesserung des Betriebsergebnisses

Erfolgsrechnung 2021

CHF Millionen	2021	%	2020	%	% YoY
Nettoumsatz	3'460	100.0%	2'986	100.0%	15.9%
Materialaufwand	997	28.8%	789	26.4%	26.4%
Personalaufwand	812	23.5%	750	25.1%	8.2%
Abschreibungen	134	3.9%	127	4.2%	5.8%
Amortisationen von immateriellen Anlagen	34	1.0%	27	0.9%	24.3%
Sonstiger Betriebsaufwand, netto	582	16.8%	522	17.5%	11.6%
Total Betriebsaufwand, netto	2'559	73.9%	2'215	74.2%	15.5%
Betriebsergebnis (EBIT)	902	26.1%	772	25.8%	16.9%
EBITDA	1'069	30.9%	925	31.0%	15.6%

- Überproportionaler Anstieg des Materialaufwands um 26.4% aufgrund starker Rohstoffpreissteigerungen
- Andere Kostenelemente mit langsamerem Anstieg als der Nettoumsatz; starker Anstieg der Energie- und Logistikkosten in Q4

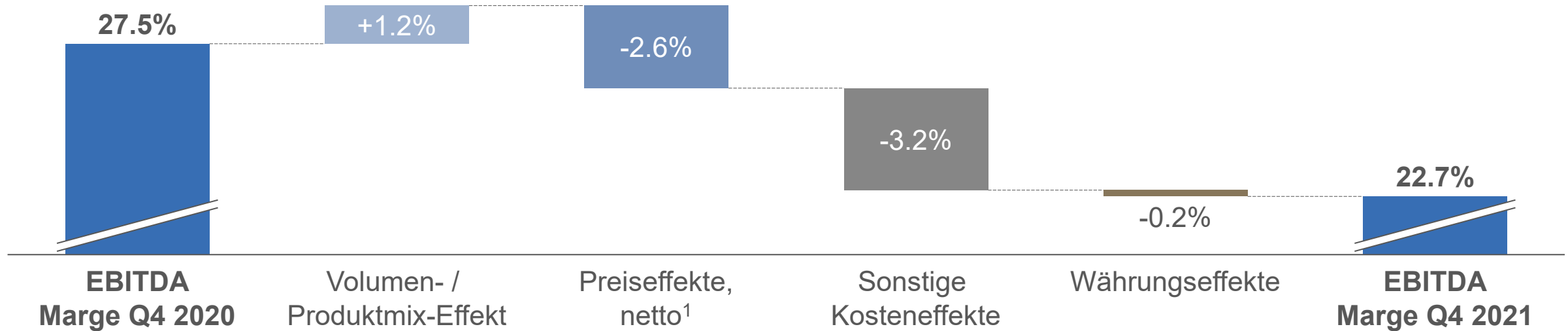
EBITDA-Marge 2021 – Profitabilität auf hohem Niveau



- Erhöhte Profitabilität vor allem durch Skaleneffekte
- Negative Nettopreiseffekte aufgrund höherer Rohstoffpreise
- Negative sonstige Kosteneffekte vor allem durch Energie- und Logistikkosten und Normalisierung der Marketingkosten
- Kein Währungseffekt auf die Margen aufgrund des Natural Hedge

¹ Verkaufspreise und Rohstoffpreise

EBITDA-Marge Q4 2021 – Geringere Profitabilität aufgrund von Preiseffekten



- Erhöhte Profitabilität durch Volumeneffekte
- Neg. Nettopreiseffekte aufgrund höherer Rohstoffpreise, nicht vollständig durch Preiserhöhungen ausgeglichen
- Neg. sonstige Effekte durch Energie-/Frachtkosten, Tarif- und weitere Kostennormalisierungen
- Nur geringer Währungseffekt auf die Marge aufgrund des Natural Hedge

¹ Verkaufspreise und Rohstoffpreise

Nettoergebnis und EPS 2021 – Starker Anstieg gegenüber dem Vorjahr

CHF Millionen	2021	%	2020	%	% YoY
Betriebsergebnis (EBIT)	902	26.1%	772	25.8%	16.9%
Finanzergebnis, netto	-13	-0.4%	-17	-0.6%	22.7%
Ergebnis vor Steuern	889	25.7%	754	25.3%	17.8%
Ertragsteuern	133	3.8%	112	3.8%	18.4%
<i>in % Vorsteuerergebnis</i>	<i>14.9%</i>		<i>14.8%</i>		
Nettoergebnis	756	21.8%	642	21.5%	17.7%
EPS (CHF)	21.34		17.95		18.9%

- Überproportionales Wachstum des Nettoergebnisses aufgrund geringerer Finanzaufwendungen
- Weiteres überproportionales Wachstum des EPS aufgrund von Aktienrückkäufen

Free Cashflow 2021 – Starker Anstieg auf Rekordniveau

CHF Millionen	2021	2020	% YoY
EBITDA	1'069	925	15.6%
Veränderung des Netto-Umlaufvermögens aus operativer Kerntätigkeit	21	-6	
Veränderungen des sonstigen Netto-Umlaufvermögens	7	32	
Veränderung von Rückstellungen	21	29	
Bezahlte Ertragsteuern	-134	-94	
Sonstige nicht liquiditätswirksame Aufwendungen und Erträge	15	14	
Nettomittelzufluss aus Geschäftstätigkeit	999	900	11.0%
<i>in % Nettoumsatz</i>	<i>28.9%</i>	<i>30.1%</i>	
Kauf von Sachanlagen und immateriellen Anlagen, netto	-166	-147	
Rückzahlung von Leasingverpflichtungen	-17	-24	
Bezahlte Zinsen und sonstige Finanzierungskosten, netto	-7	-12	
Free Cashflow	809	717	12.8%
<i>in % Nettoumsatz</i>	<i>23.4%</i>	<i>24.0%</i>	

Bilanz 2021

CHF Millionen	31.12.2021	31.12.2020
Liquide Mittel und kurzfristige Geldanlagen	511	469
Netto-Umlaufvermögen	157	181
Sachanlagen	956	934
Latente Steuerforderungen	89	126
Sonstige langfristige Aktiven und Finanzanlagen	94	39
Goodwill und immaterielle Anlagen	1'493	1'577
Bilanzsumme	3'772	3'751
Finanzverbindlichkeiten	784	779
Pensionsrückstellungen	291	347
Steuerverbindlichkeiten	118	130
Latente Steuerverbindlichkeiten	53	80
Sonstige langfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	67	69
Eigenkapital	1'988	1'922
<i>Eigenkapitalquote</i>	<i>52.7%</i>	<i>51.2%</i>
Netto-Schulden	273	310
<i>Netto-Schulden / EBITDA</i>	<i>0.3</i>	<i>0.3</i>

Dividende Ex 2021 – Vorgeschlagene Erhöhung auf CHF 12.50

CHF Tausend	2021	2020
Nettoergebnis Geberit AG	700'922	600'617
Gewinnvortrag	5'054	3'038
Total verfügbarer Gewinn	705'976	603'655
Zuweisung an freie Reserven	250'000	190'000
Beantragte / bezahlte Dividende	446'465 ¹	408'601 ²
Vortrag auf neue Rechnung	9'510	5'054
Total Verwendung des Bilanzgewinns	705'976	603'655

1 Der Verwaltungsrat schlägt der Generalversammlung der Geberit AG am 13. April 2022 eine Dividende von CHF 12.50 je ausschüttungsberechtigter Aktie vor. Die tatsächliche Anzahl der ausschüttungsberechtigten Aktien kann sich bis zur Generalversammlung noch ändern.

2 Dividende von 11.40 CHF pro Aktie

Aktienrückkaufprogramm

Aktienrückkauf 2020 – 2022

	# '000	Ø Preis / Aktie	Gesamt
2020 (seit September)	94	CHF 542	CHF 51 Mio.
2021	250	CHF 664	CHF 166 Mio.
Total	344	CHF 630	CHF 217 Mio.

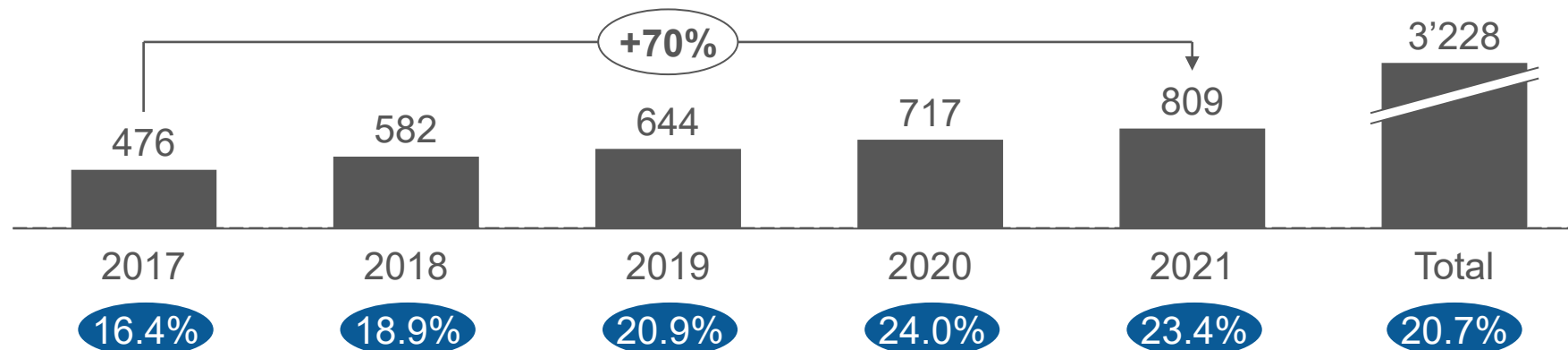
Aktienrückkaufprogramm

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

Free Cashflow und Ausschüttung an die Aktionäre

- FCF-Marge
- Ausschüttungsquote

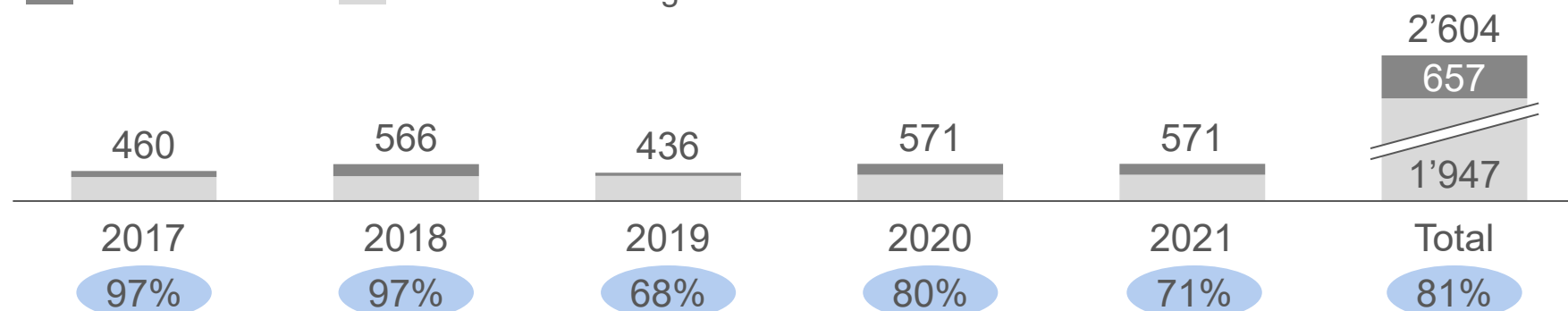
Free cashflow, CHF Millionen



- 4. Jahr in Folge zweistelliges Wachstum
- Durchschnittliche FCF-Marge 2017-2021 in % des Nettoumsatzes: 20.7%

Ausschüttung an die Aktionäre, CHF Millionen

■ Aktienrückkäufe ■ Dividendenzahlungen



- Seit 2017: 2.6 Milliarden CHF Ausschüttung an Aktionäre
- Durchschnittliche Ausschüttung an Aktionäre 2017-2021 in % des Free Cashflows: 81%

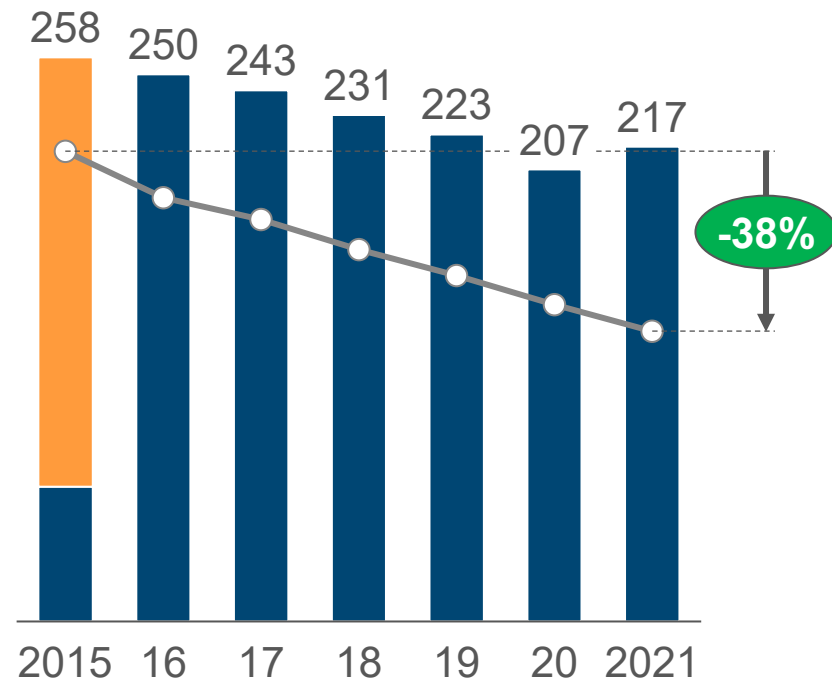
Agenda

Jahresrückblick	C. Buhl
Umsatzentwicklung	C. Buhl
Jahresrechnung	T. Knechtle
CO ₂ -Strategie	C. Buhl
Bauindustrie – Ausblick	C. Buhl
Geberit – Ausblick	C. Buhl
Zusammenfassung	C. Buhl

CO₂-Strategie – Fussabdruck und Erfolge seit 2015

Scope 1 & 2

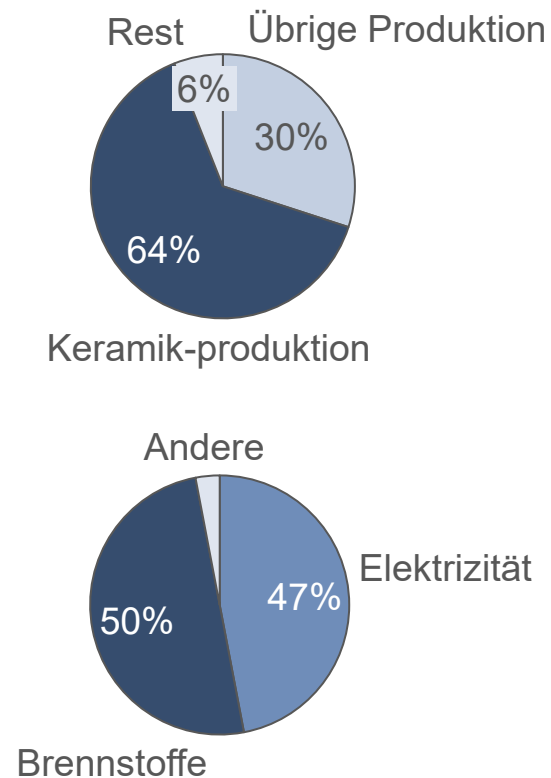
CO₂-Emissionen in Tausend Tonnen



— CO₂-Intensität (CO₂-Emissionen relativ zum Umsatz) in % (Index: 2015 = 100)

Sanitec

CO₂-Emissionen nach Typ 2021



- Nachhaltigkeitsstrategie und -team seit 1990
- CO₂-Emissionen seit 2015
 - Relative¹: -38%
 - Absolute: -16%
- Haupttreiber:
 - Energieeinsparung in Keramikwerken
 - Beschaffung von erneuerbarer Energie
 - Upselling des Keramikportfolios
- Platinum Zertifikat 2021 von Ecovadis²

CO₂-Strategie – Grundsätze

Unsere Grundsätze

- Glaubwürdigkeit
- Messbarkeit
- Direkte Verantwortung
- Realismus
- Effizienz – mittels reguliertem Marktansatz

Nicht unsere Grundsätze

- Greenwashing
- Nur für Marketing und Reputation
- Aufgeschobene Verantwortung an künftige Generationen
- Ideologisches oder dogmatisches Denken
- Ineffiziente zentralwirtschaftliche Ansätze

-
- Einbettung der CO₂-Strategie in allgemeine Unternehmensstrategie
 - Integration von CO₂ in bestehende Geschäftsprozesse, z.B. Budget, MFP, Investitionsentscheidungen
 - Behandlung von CO₂-Emissionen als externe Kosten mit «CO₂-Reduktions-Preis»

CO₂-Strategie – Massnahmen

Transparenz

- Scope 1 & 2: Monatliches CO₂- und KPI-Reporting
- Scope 3: Verbesserung der Transparenz des CO₂-footprints von Produkten

Verantwortung

- Fokus auf kurz- und mittelfristige Ziele
- Jährliches, bonusrelevantes CO₂-Ziel (20% Gewicht) und mittelfristige Reduktion der CO₂-Intensität um 5% p.a.

CO₂-Pricing

- Ökologisch/ökonomisch effiziente Entscheidungsfindung
- Internes CO₂-Pricing: Referenzpreis und projektspezifischer CO₂-Preis

Energie

- Reduktion Energieverbrauch via Energie Masterplan und rollierendes CO₂-Forecasting für grosse Werke
- Ausbau Beschaffung erneuerbarer Energien und Evaluation alternativer Energiegewinnung, e.g., Photovoltaik, PPA

Strukturelle Reduktion

- Scope 1 & 2: Reduktion/Verwendung von Keramikausschuss; Evaluation neuer Keramik-Fertigungstechnologien, z.B., H₂
- Scope 3: Ecodesign in der Produktentwicklung

Kompensation oder Beseitigung

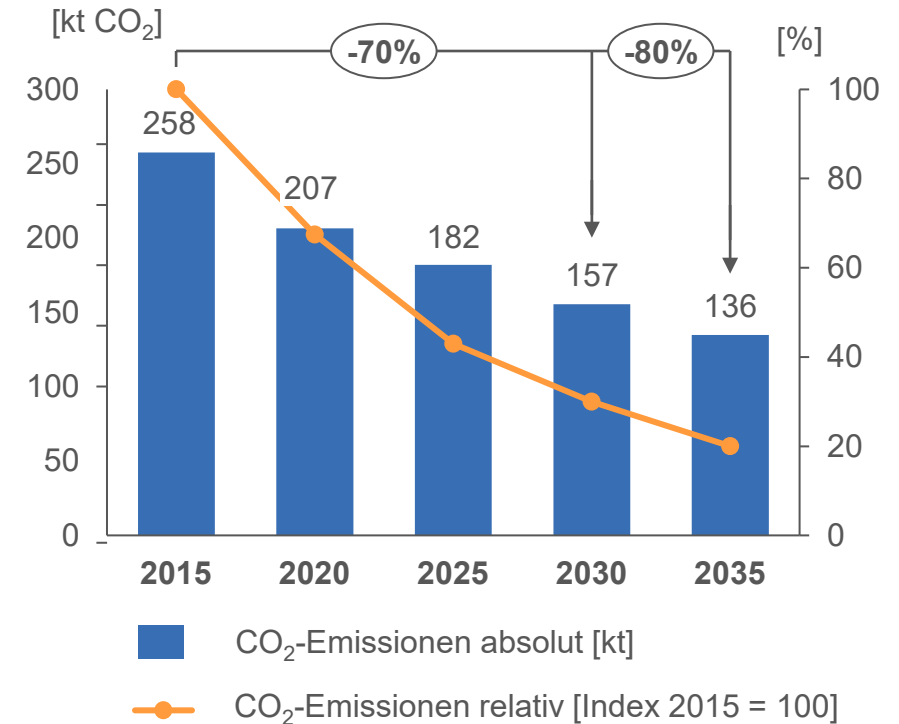
- Externe CO₂-Kompensation oder -Beseitigung auf Basis des CO₂-Referenzpreises

CO₂-Ziele, KPIs und Auswirkungen

Kurz- und mittelfristige Ziele und KPIs

- **Kurzfristiges Ziel**
 - Bonusrelevant (20% Gewicht), jährlich definiertes CO₂-Ziel
 - Auswirkung: 220 Führungskräfte und 1'500 Mitarbeitende
- **Mittelfristiges Ziel**
 - Mittelfristige Reduktion der CO₂-Intensität um 5% p.a.
 - Konsistent mit mittelfristigen Finanzzielen (Sales, EBITDA, ROIC)
- **Wichtigste KPIs** (monatliches Reporting, pro Werk)
 - Energieverbrauch [GWh]
 - CO₂-Emissionen [Tonnen]
 - Energie Effizienz [kWh/Stückäquivalent]
 - Ausschussrate Keramik [%]
 - CO₂-Effizienz Keramik [kg CO₂/kg Keramik]

Langfristige Wirkung



Absolute CO₂-Emissionen in Übereinstimmung mit SBTi¹ deutlich unter 2°C-Ziel

Agenda

Jahresrückblick	C. Buhl
Umsatzentwicklung	C. Buhl
Jahresrechnung	T. Knechtle
CO ₂ -Strategie	C. Buhl
Bauindustrie – Ausblick	C. Buhl
Geberit – Ausblick	C. Buhl
Zusammenfassung	C. Buhl

Ausblick 2022 – Krieg in der Ukraine

Zahlen & Fakten

- Nettoumsatz in der Ukraine und Russland: ~2% des Konzernumsatzes
- Ukraine
 - Vertriebsgesellschaft mit Hauptsitz in Kiew und ~40 Mitarbeitern
 - Keramikfabrik in Slavuta, mehrheitlich für den lokalen Markt, 300 km westlich von Kiew, mit ~550 Mitarbeitern
- Russland: Vertriebsgesellschaft mit ~70 Mitarbeitern und Hauptsitz in Moskau

Status

- Ukraine
 - Alle Aktivitäten eingestellt
 - Angestellte: Grösstenteils zu Hause, einige in Armee oder zum freiwilligen Zivildienst eingezogen, wenige ins Ausland geflohen
- Russland
 - Verkauf noch möglich: Produkte ohne doppelten Verwendungszweck zur Deckung des menschlichen Grundbedarfs an Wasser und sanitären Einrichtungen
 - Finanzielle Transaktionen weiterhin möglich

Ausblick 2022

Gesamtwirtschaft

- Erheblich erhöhte geopolitische Risiken aufgrund des Krieges in der Ukraine
- Zu früh, um mögliche Auswirkungen auf die globale und insb. die europäische Wirtschaft zu beurteilen

Bauindustrie

Kernfragen für die Bauindustrie 2022

- Entwicklung des durch COVID-19 ausgelösten Trends zum Home Improvement
- Erholung des Neubausegments nach gedämpfter Entwicklung während der COVID-19-Krise
- Auswirkungen der erheblichen Preisinflation und des Zinsumfelds auf die Bauindustrie
- Verfügbarkeit von Baukomponenten vor dem Hintergrund der fragilen Lieferketten

Agenda

Jahresrückblick	C. Buhl
Umsatzentwicklung	C. Buhl
Jahresrechnung	T. Knechtle
CO ₂ -Strategie	C. Buhl
Bauindustrie – Ausblick	C. Buhl
Geberit – Ausblick	C. Buhl
Zusammenfassung	C. Buhl

Produkteinführungen 2022 – Rohrleitungssysteme



Weitere Markteinführung des neuen Versorgungssystems FlowFit

- Neue Presstechnik ermöglicht schnellere, sichere und einfache Installation
- Optimierter Durchfluss, der kleinere Durchmesser und bessere Hygiene ermöglicht
- 2021: Erfolgreiche Einführung in DE, AT, CH, NL
- 2022: Weitere Markteinführung in IT, BE, Nordics, HR, SI



Offset Formstück für Geberit Silent-db20 Abwassersystem

- Lösung für den horizontalen Versatz, der bei Abwasser-Falleitungen häufig zwischen Stockwerken auftritt
- Kugelgelenk als spannungsfreie, schnellere und einfachere Alternative zur heute üblichen Installation von zwei kurzen Bögen
- Verbesserte Akustik

Produkteinführungen 2022 – Installations- und Spülsysteme



Spülventil Typ212 für alle 12cm UP-Spülkästen

- Perfekt abgestimmtes WC-Spülventil
- Dank reduziertem Durchmesser einfacher zu installieren
- Rückwärtskompatibel bis 2001 zum bisherigen Spülventil



Alpha 8cm – Neuer UP Spülkasten für Indien

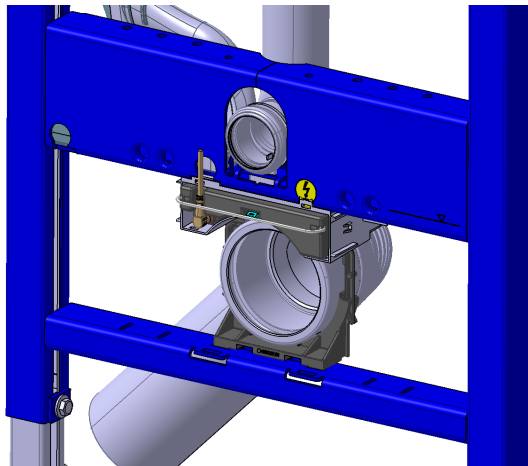
- Flexibel – schlanker Spülkasten für unterschiedliche lokale Gegebenheiten
- Anschlüsse und Einbaumöglichkeiten auf lokale Gegebenheiten zugeschnitten
- Geberit Qualität an die lokale Baukostensituation angepasst

Produkteinführung 2022 – Konnektivität, WC Elektroanschlussdose



Konnektivität für öffentliche Sanitärräume

- Einfache Bluetooth-Konnektivität über Standard-Mobilgeräte für Waschplatz, WC und Urinal
- Verbesserte Sauberkeit und Nachhaltigkeit durch optimierte Wassernutzung auf Basis systematischer Datenerfassung und -auswertung



Elektro- und Kommunikationsanschlussdose für Wand-WC

- Stromversorgung und Datenaustausch für WC-Funktionen
- Klare Trennung der Gewerke (Elektriker/Installateur)
- Einfache Plug & Play-Lösung für WC-Upgrades (z.B. AquaClean, Geruchsabsaugung, WC-Steuerungen, Hygienespülung)

Investitionen 2022 – Kapazitätserweiterung & Effizienzsteigerung



Werks- und Kapazitätserweiterung, Lichtenstein (DE)

- Erweiterung des Werks für Installationsrahmen und vorgefertigte Installationssysteme
- Zusätzliche vollautomatisierte Produktionslinie
- CAPEX: EUR 56 Millionen (2021 - 2024)
- Payback: 3.3 Jahre

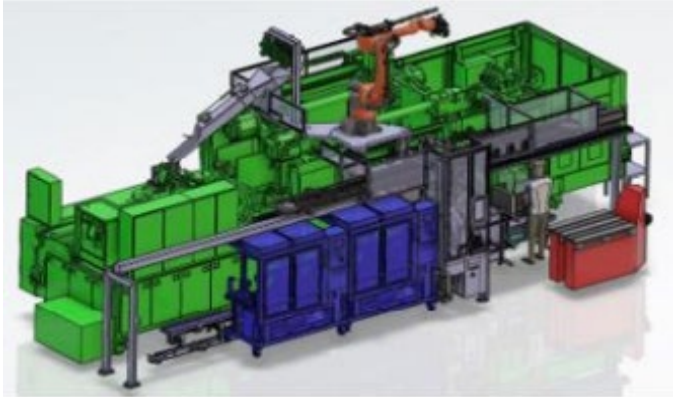


Kapazitätserweiterung Spülventil, Pfullendorf (DE)

- Neue automatisierte Montagelinie für das neue Spülventil Typ212
- CAPEX: EUR 1.8 Millionen (2021 - 2024)
- Payback: 0.6 Jahre



Investitionen 2022 – Kapazitätserweiterung & Effizienzsteigerung



Kapazitätserweiterung FlowFit, Jona (CH)

- Zusätzliche Spritzgussmaschinen und Montagelinien
- Erhöhung der Kapazität für FlowFit um 80%
- CAPEX: CHF 7 Millionen (2022 - 2023)
- Payback: 4 Jahre



Modernisierung Mapress-Produktion, Langenfeld (DE)

- Steigerung der Effizienz und Qualität beim Schweißen von Edelstahlfittingen
- Höhere Flexibilität und kürzere Vorlaufzeiten
- CAPEX: EUR 6 Millionen (2022)
- Payback: 5.8 Jahre

Investitionen 2022 – Kapazitätserweiterung & Effizienzsteigerung



Automatisierung der Glasierung, Carregado (PT)

- Automatisierte Glasurlinie mit besserer Prozesskontrolle
- Höhere Ausbeute, bessere Qualität und weniger Glasurverbrauch
- CAPEX: CHF 4.5 Millionen (2021 - 2023)
- Payback: 3.4 Jahre



Kapazitätserweiterung wandhängende WCs, Ekenäs (FI) & Haldensleben (DE)

- Installation von neuen Hochdruckgiesszellen und Giessbänken
- Bessere Auslastung vorhandener Kapazitäten, Steigerung der Effizienz und Verbesserung der Qualität
- Kapazitätserweiterung 2021 bis 2025: +40%
- CAPEX: EUR 19 Millionen

Weitere Prioritäten 2022

Digitalisierung

- Weiterer Ausbau und erhöhte Kapazitäten für die Verfügbarkeit von digitalen Produktdaten
- Zusätzliche IT-Kapazitäten, z. B. für Vertriebs- und Marketing-Tools, IT-Sicherheit
- Jährliche Mehrausgaben von 15 Mio. CHF ab 2022, hauptsächlich für Personal und OPEX

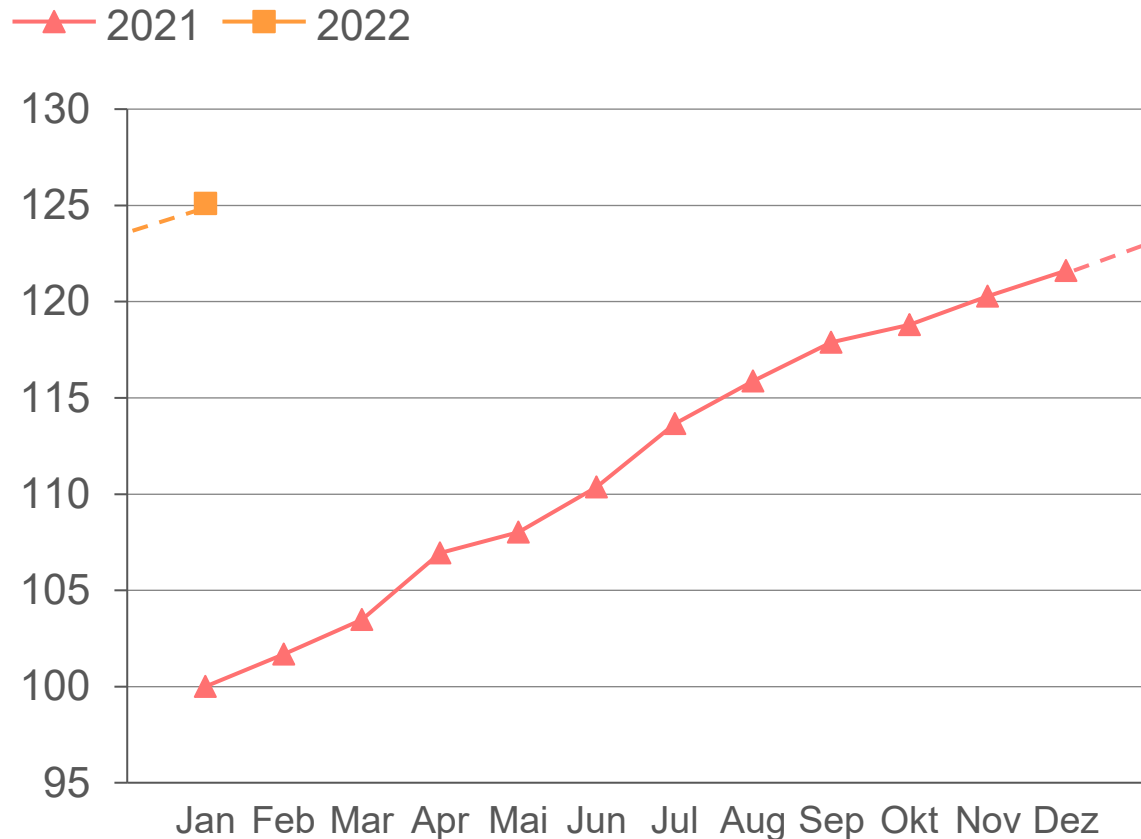
Marketing

- Weitere Normalisierung der Marketingausgaben, z.B. für physische Veranstaltungen
- Neues Ausstellungskonzept «House of Geberit» und Showroom-Tool für «Geberit ONE»
- Zusätzliche Ausgaben von CHF 10 Millionen im Jahr 2022

Rohstoffpreise – Historischer Anstieg im Jahr 2022

Geberit: Monatliche Rohmaterialpreise (währungsbereinigt)

Index: Jan 2021 = 100



- Erheblicher Gegenwind in 2022 aufgrund Anstieg der Rohstoffpreise in 2021
- Rohstoffpreise im Jan. 2022 +25% gegenüber Jan. 2021
- Erwartete Rohstoffpreise im Q1 2022: 5%-6% über Q4 2021
- Signifikanter Anstieg der Energiepreise
- Mehrere Verkaufspreiserhöhungen, um die Auswirkungen der höheren Rohmaterialpreise abzumildern
 - April 2021: regulär
 - Juli 2021: ausserordentlich
 - Januar 2022: ausserordentlich
 - April 2022: regulär und höher als gewöhnlich

Agenda

Jahresrückblick	C. Buhl
Umsatzentwicklung	C. Buhl
Jahresrechnung	T. Knechtle
CO ₂ -Strategie	C. Buhl
Bauindustrie – Ausblick	C. Buhl
Geberit – Ausblick	C. Buhl
Zusammenfassung	C. Buhl

Zusammenfassung – 2021, ein Rekordjahr für Geberit

- Rekordwachstum bei Nettoumsatz und Ergebnissen
- Stabile, industrieführende Margen dank erfolgreichem Lieferketten-Management und Pricing Power
- 4. aufeinanderfolgendes Jahr mit zweistelligem Wachstum des Free Cashflows
- Wichtige neue Produkte trotz COVID-19 Restriktionen eingeführt
- Weiterer Ausbau, Stärkung und Digitalisierung der Kundenbeziehungen
- Weitere Produktivitätssteigerung trotz ausserordentlichem Wachstum und Herausforderungen bei Lieferketten
- Signifikante Reduktion der CO₂-Intensität - neue Strategie mit Fokus auf Verantwortlichkeit und CO₂-Preis

Zusammenfassung – Ausblick 2022

- Erheblich gestiegene geopolitische Spannungen und Risiken
- Zu früh, um Auswirkungen auf globale und europäische Wirtschaft zu beurteilen
- Begrenztes, direktes Geschäfts-Exposure von Geberit in der Ukraine und Russland
- Erheblicher Gegenwind durch gestiegene Rohstoff-/Energiepreise, Lohninflation und erhöhte Lieferkettenrisiken
- Prioritäten für Geberit in 2022
 - Gewinn von Marktanteilen, z.B. mit Neuprodukten
 - Nutzung der Preissetzungsmacht, um Kosteninflation zu mildern
 - Weitere Nutzung der kombinierten Position hinter und vor der Wand
 - Umsetzung von Kapazitäts-/Verbesserungsprojekten, z.B. Digitalisierungsstrategie
 - Weitere Reduktion der CO₂-Intensität

Zusammenfassung – Starkes Fundament liefert industrieführende Ergebnisse

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

Nettoumsatz (wb)

+9%

CAGR 2014 - 21

EBITDA (wb)

+9%

CAGR 2014 - 21

EPS (wb)

+11%

CAGR 2014 - 21

Free Cashflow (in CHF)

+8%

CAGR 2014 - 21

Werksproduktivität
(in IM/h¹)

+4%

CAGR 2015 - 21

CO₂-Emissionen (relativ)

-8%

CAGR 2015 - 21

Anmerkung: Sämtliche Zahlen inklusive M&A und Veräusserungen



Wichtige Daten 2022

- 13. April 2022
 - 21. April 2022
 - 4. Mai 2022
 - 18. August 2022
 - 3. November 2022
- Generalversammlung
 - Dividendenzahlung
 - Information zum 1. Quartal 2022
 - Medieninformation und Telefonkonferenz
 - Information zum Halbjahresbericht 2022
 - Medieninformation und Telefonkonferenz
 - Information zum 3. Quartal 2022
 - 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.