

Bilanzmedienkonferenz

Jahresabschluss 2018

Christian Buhl, CEO

Roland Iff, CFO

12. März 2019

Agenda

Jahresrückblick

C. Buhl

Umsatzentwicklung

C. Buhl

Jahresrechnung

R. Iff

Bauindustrie – Ausblick

C. Buhl

Geberit – Ausblick

C. Buhl

Zusammenfassung

C. Buhl



Kennzahlen 2018

Umsatzwachstum
(reported)

+5.9%

Umsatzwachstum
(in Lokalwährungen)

+3.1%

EBITDA Marge

28.2%

(gleich wie VJ)

Adj. Nettoergebnis

+3.7%

Adj. Gewinn pro Aktie

+4.7%

Free Cashflow
Entwicklung

+22.2%

Dividendenantrag
2018

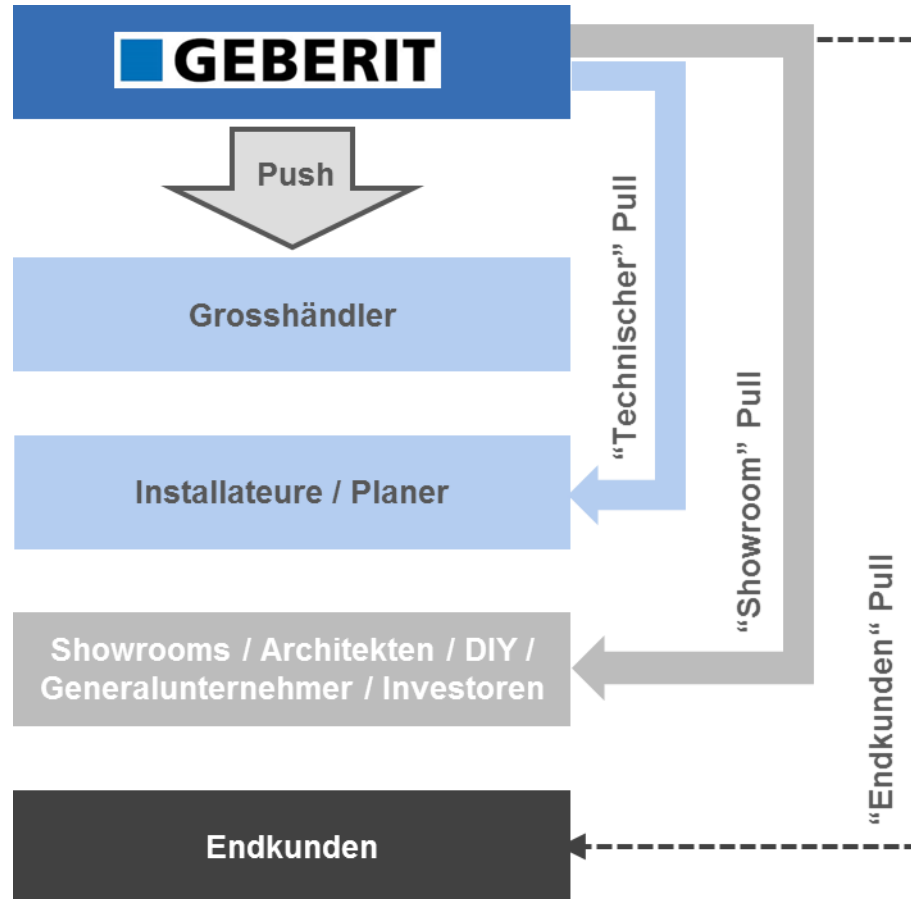
CHF 10.80

(+3.8% vs VJ)

Weiterführung des im
Juni 2017 gestarteten
Aktienrückkauf-
programms in der
Höhe von maximal CHF
450 Mio.

Vertrieb & Marketing 2018 – Kontinuierliche Investitionen in Kundenbeziehungen

➞ Geberit Vertriebsorganisation



Markt Aktivitäten 2018 – Beispiel Deutschland

- Kundenbesuche
 - “Push”: 7’700
 - “Technischer Pull”: 54’500
 - “Showroom Pull”: 7’000
- 367 Veranstaltungen mit 21’200 Kunden
- 563 in-house Schulungen mit 10’600 Kunden
- Kundenservice: 266’000 Anrufe und E-Mails

Vertrieb & Marketing 2018 – Beispiele für Kundenveranstaltungen in Deutschland



“Geberit Sicher dabei!” (“Technischer“ Pull)

- 26 Grossveranstaltungen mit 5'100 Kunden
- 329 Kleinveranstaltungen (Geberit on Tour) mit 12'600 Kunden
- Fokus auf Brand-, Schallschutz, Trinkwasser Hygiene, Abwasser Hydraulik, Sanitärraumplanung und regulatorisches/normatives Umfeld



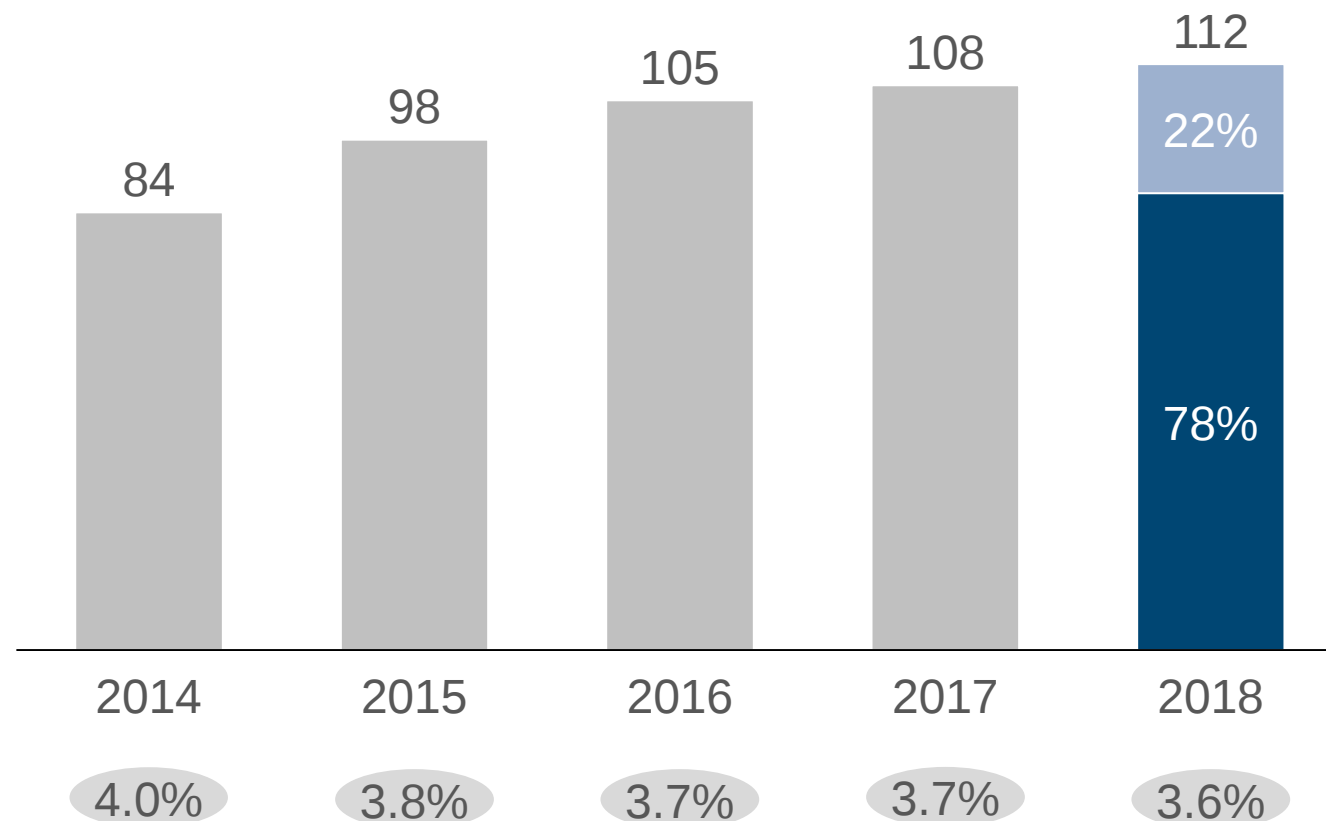
“Blogger@AquaCleanSpace” (“Showroom” Pull)

- 6 Veranstaltungen mit 40 Bloggern
- Beinahe 500'000 Followers in Geberit eigenen Medien, Drittmedien und Social Media
- Fokus auf Geberit AquaClean Dusch-WC und Erhöhung der Marken- und Kategoriebekanntheit beim Endkunden über Multiplikatoren

Marketing 2018 – Ausgaben

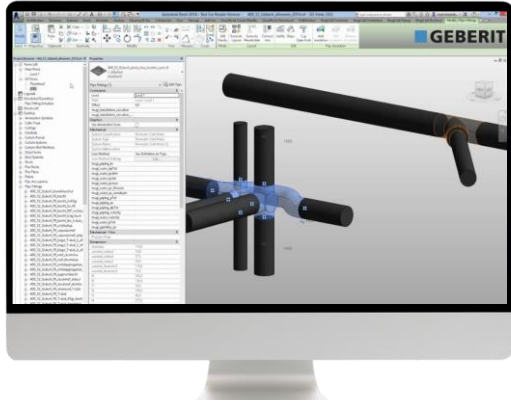
Marketingausgaben
CHF Mio.

Digital
Rest
% des Umsatzes



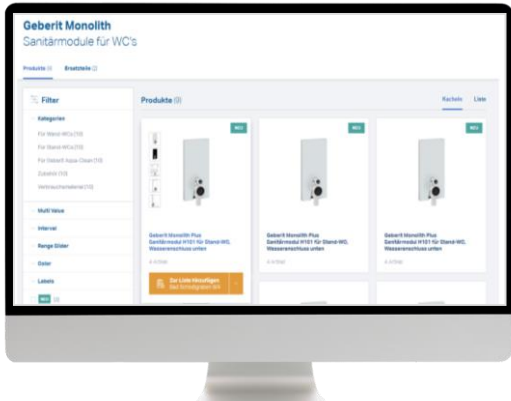
- Kontinuierliche Investitionen in Kundenbeziehungen und Markenreputation
- Marketingausgaben von 3.6% des Umsatzes 2018
- 25 Millionen CHF oder 22% der totalen Marketingausgaben im Bereich Digitale Tools und Kanäle

Marketing 2018 – Beispiele von Digitalen Aktivitäten für professionelle Kunden



Building Information Modelling (BIM)

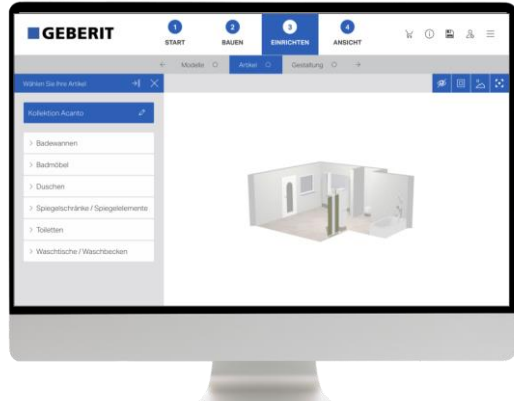
- Beschleunigter Aufbau eines dedizierten Teams verantwortlich für die Bereitstellung und den Unterhalt von BIM Daten fürs Geberit Sortiment
- Fast gesamtes relevantes Geberit Sortiments hinter der Wand verfügbar als BIM Daten
- Entwicklung intelligenter Plug-ins für Autodesk BIM Software



Neuer Online Katalog

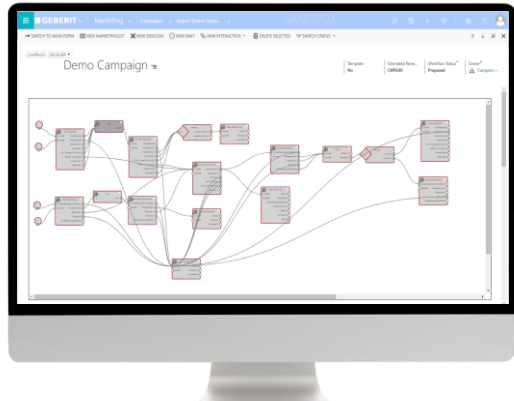
- Zugriff über mehrere Geräte
- Einfachere Navigation, verbesserte Suchfunktion und setzen von Lesezeichen
- Effizienzsteigerung im operativen Marketing durch Single Source

Marketing 2018 – Beispiele von Digitalen Aktivitäten für Endkunden



3D Planungstools für Endkunden und Ausstellungen

- Web-basiertes 3D Badezimmer Planungs- und Konfigurationstool für Endkunden und Ausstellungen
- Generierung von Endkunden Leads sowie Customer Insights

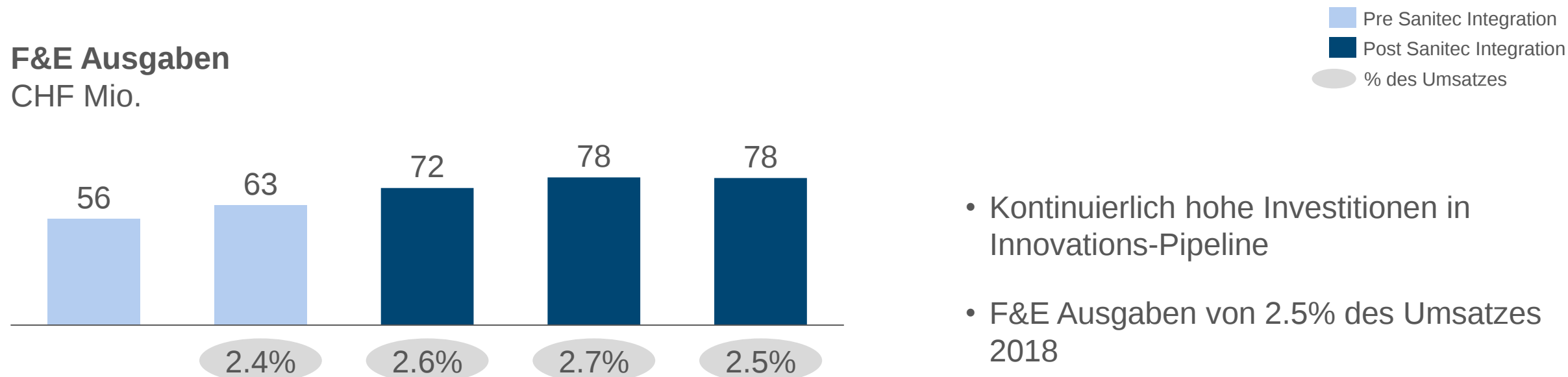


B2C CRM System

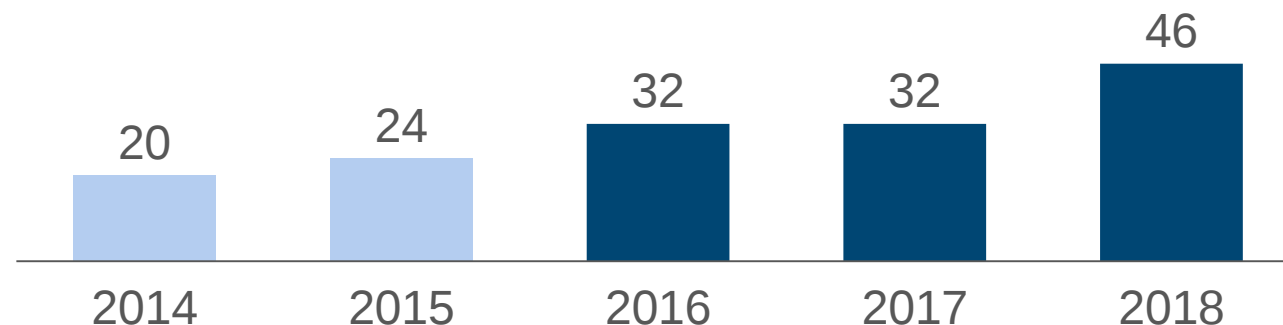
- Cloud-basiertes Tool für systematisches Management von Endkunden Leads
- Eingeführt in UK, Roll-out in weiteren Märkten ab 2019
- Integriertes System, das gezielte Marketingkampagnen ermöglicht

Innovation 2018 – Gestärkte Innovations-Pipeline dank Sanitec Integration

F&E Ausgaben CHF Mio.



F&E Performance # neue Patente



- Kontinuierlich hohe Investitionen in Innovations-Pipeline
- F&E Ausgaben von 2.5% des Umsatzes 2018
- Anstieg der Patente aufgrund Sanitec Integration
- Neuer Höchstwert von 46 Patenten im Jahr 2018 erreicht

Innovation 2018 – Erfolgreiche Produkteinführungen

Waschtische VariForm



Umfassendes Portfolio
an Aufsatzwaschtischen

***“Universelles und
zeitloses Design”***

Geberit Hygienespülung Rapid



Automatisches
Hygienespülsystem für
Rohrleistungssysteme

***“Vermeidung von
Hygienerisiken”***

Geberit Energierückhalteventil



Energiesparendes
Rückhalteventil für
Entlüftungsleitungen

***“Einfache Energie-
einsparung”***

Tuma Classic

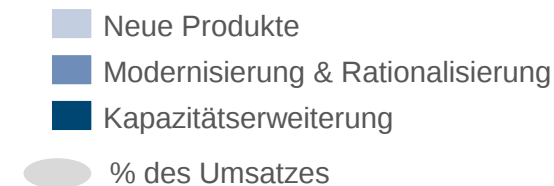
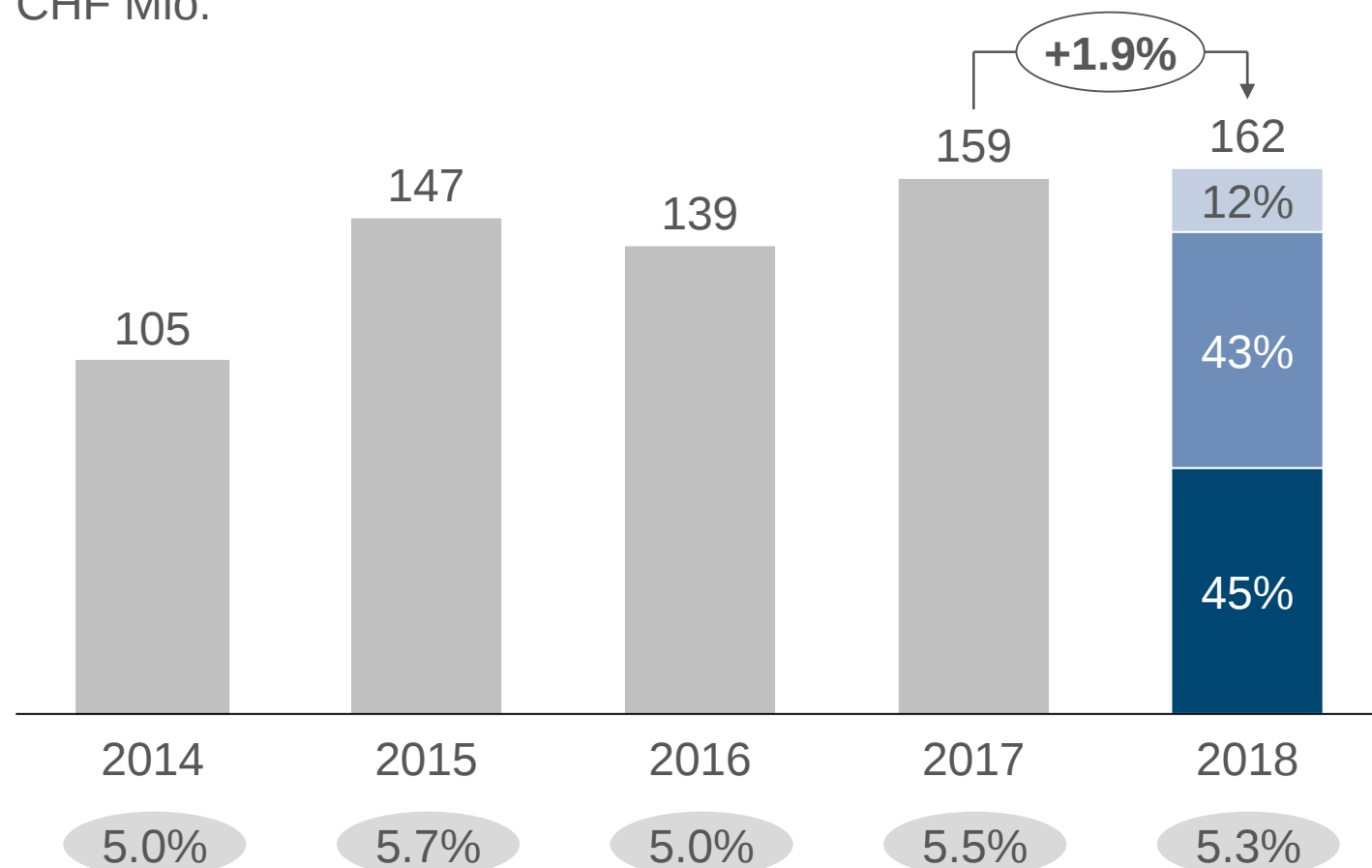


Dusch-WC im
Einstiegsbereich

***“Kompakter
Allrounder”***

CAPEX 2018

Investitionen
CHF Mio.



- Investitionen 2018 um +1.9% über Vorjahr
- Erhöhte Ausgaben in Modernisierung und Rationalisierung sowie in neue Produkte
- Investitionen 2018 entsprechen 5.3% des Umsatzes

Investitionen 2018 – Wichtige Projekte



Komplette Erneuerung des Produktionswerkes in Langenfeld (DE)

- Komplette Erneuerung der Gebäudeinfrastruktur für die Produktion metallischer Rohrleitungssysteme
- 2 neue Gebäude: Produktionshalle (15'400m²) und Verwaltungsgebäude (5'500m²)
- Inbetriebnahme ab 2019
- CAPEX: EUR 35 Mio. (2017-2019)



Gebäudeerweiterung in Ozorkow (PL)

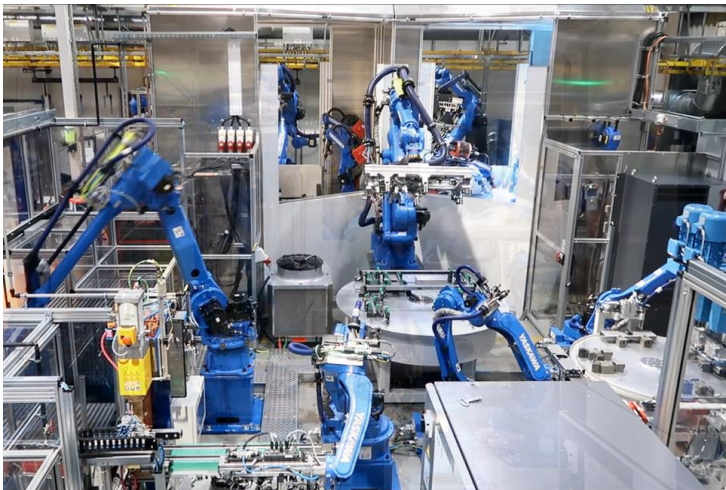
- Gebäudeerweiterung für Produktion von arbeitsintensiven Metall Fittingen; Verlagerung aus Langenfeld (DE)
- Inbetriebnahme in 2019
- Payback von 3 Jahren
- CAPEX: EUR 9 Mio. (2018-2019)

Investitionen 2018 – Kapazitätsaufbau und Effizienzsteigerung



Kapazitätserweiterung & Effizienzsteigerung in der Fabrik in Pfullendorf (DE)

- Zusätzliches neues Gebäude für die Produktion von Spülkästen
- Neue Blasform-Maschinen mit einem Payback von 3 Jahren
- Neue, weiter automatisierte Fertigungslinie für Unterputzspülkästen
- CAPEX: EUR 14 Mio. (2017-2018)

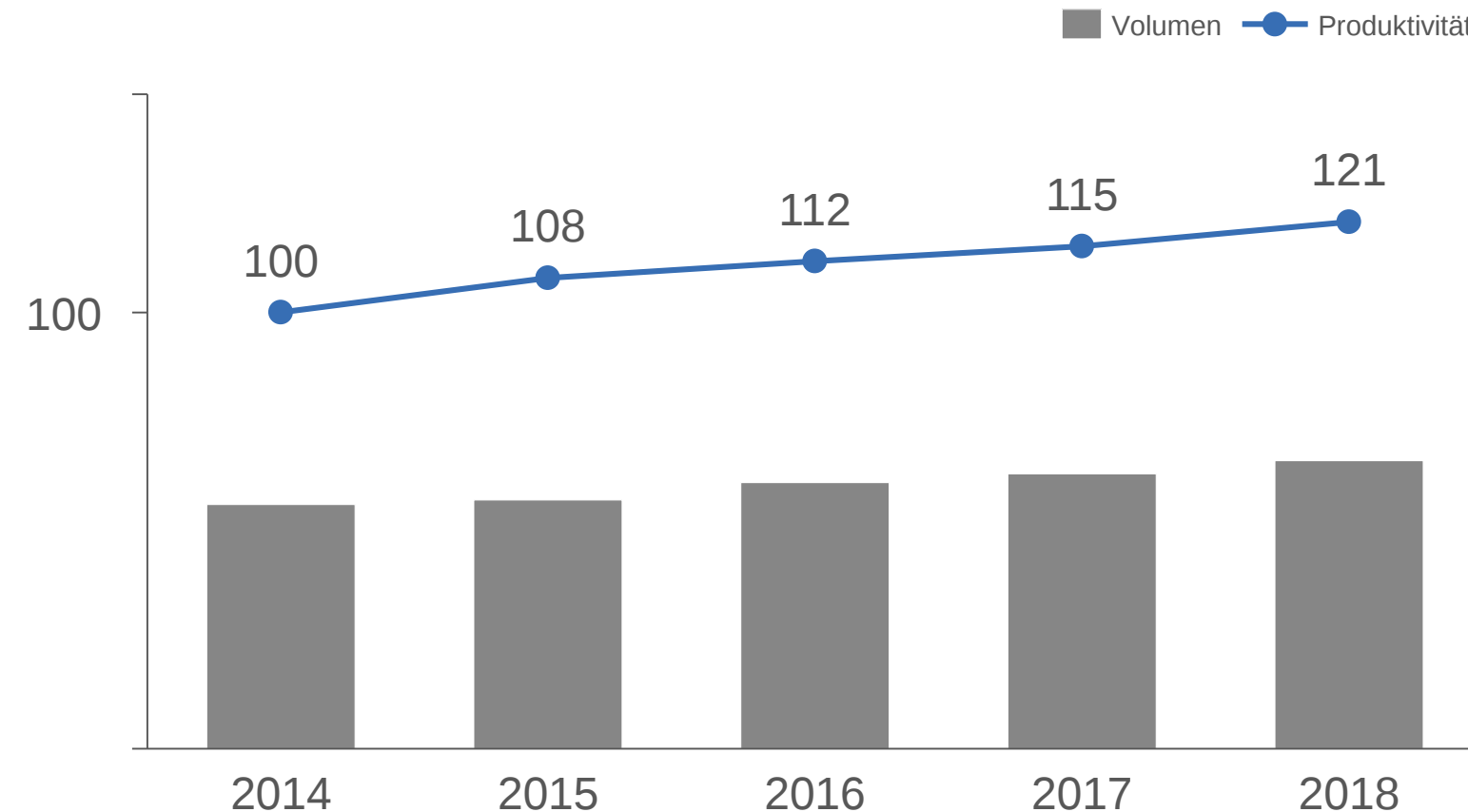


Kapazitätserweiterung & Effizienzsteigerung in Lichtenstein (DE)

- Zusätzliche automatisierte Schweissanlage für Produktion von Installationssystemen
- Optimierung existierender Kapazität durch verbesserte Prozesse
- Payback von 2 Jahren
- CAPEX: EUR 5 Mio. (2017-2018)

Kontinuierliche Produktivitätssteigerung – Metall- und Kunststoffwerke

Produktionsvolumen¹ und Produktivität², indexiert (2014 = 100)



- Produktivitätssteigerung von +4.8% in 2018
- Kontinuierliche Produktivitätsverbesserung seit 2014 von rund +5% pro Jahr
- Produktivitätsverbesserungen basierend auf
 - Prozessverbesserungen
 - Automatisierung
 - Flexibilisierung der Arbeitskräfte

1 Industrielle Minuten

2 Industrielle Minuten pro Arbeitsstunde

Investments 2018 – Projekte in unsere Keramikwerke



Produktivitätsverbesserung und Kapazitätserweiterung in Kolo (PL)

- 2 neue Robotik Glasierzellen
- +18% höhere Produktivität und verbesserte Arbeitsbedingungen
- CAPEX: CHF 2 Mio. (2017-2018)



"Fließende" Fabrik in Bromölla (SE)

- Optimierter Fluss im Rückbrand und Freigabe Prozess
- Produktivitätssteigerung von +25%
- CAPEX: CHF 1 Mio. (2017-2018)

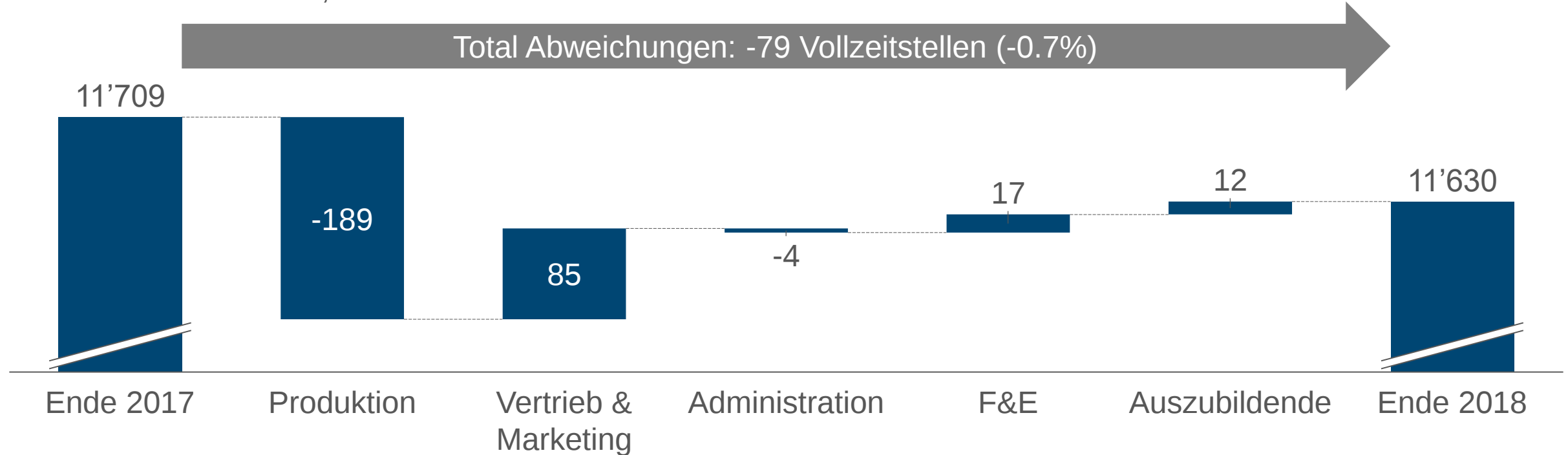


Kapazitätserweiterung, Effizienzsteigerung und neues Logistikzentrum in Slavuta (UA)

- Neue Öfen (inklusive Ofenwagen), Giessbänke, Trocknungsräume, Glasierzellen sowie eine neue Logistikhalle mit 5'200m²
- Kapazitätserweiterung um rund +20%
- CAPEX: CHF 10 Mio. (2017-2019)

Mitarbeitende 2018 – Rückgang dank Effizienzsteigerungen in der Produktion

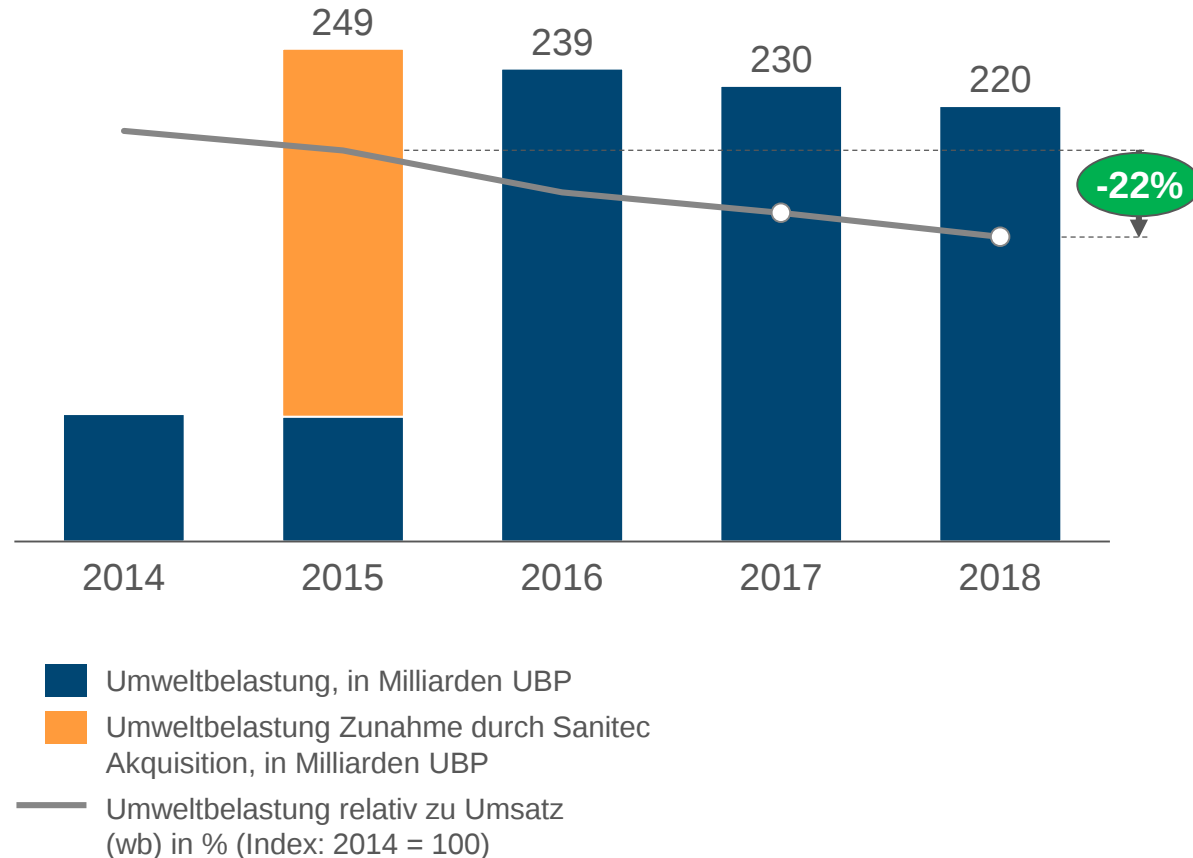
Anzahl Mitarbeitende, in Vollzeitstellen



- Reduktion in der Produktion aufgrund der Schliessungen der zwei keramischen Werke in Frankreich
- Zunahme der Vertriebs & Marketing Belegschaft getrieben durch Wachstumsinitiativen und digitale Aktivitäten
- Zunahme der F&E Mitarbeitenden um weiteres Innovationspotential nach der Sanitec Integration auszuschöpfen

Nachhaltigkeit 2018 – Relative Umweltbelastung um -22% reduziert seit Sanitec Integration

Umweltbelastung 2014-2018



- Absoluter Energieverbrauch in 2018 um -4.6% reduziert
- Umweltbelastung relativ zu Umsatz in 2018 um -7.3% abgenommen
- CO₂-Emissionen relativ zu Umsatz in 2018 um -7.5% reduziert
- Relative Umweltbelastung seit Sanitec Integration in 2015 um -22% abgenommen

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

Soziale Verantwortung 2018



Sozialprojekt mit Geberit Lernenden in Marokko

- Renovation der sanitären Anlagen in mehreren Schulen in der Region Marrakesch
- Arbeitseinsatz von Geberit Lernenden aus Deutschland, Österreich und der Schweiz



Neue Skill-Sharing-Projekte in Mozambik und Nepal

- Technische Berater von Geberit unterrichten Berufsbildner in Mosambik
- Technische Berater von Geberit unterstützen Hersteller von Wasserfiltern in Nepal



Unterstützung von Menschen mit Behinderungen und Langzeitarbeitslosen

- Beschaffung von Dienstleistungen und Produkten aus Werkstätten für Behinderte und Langzeitarbeitslose
- Aufträge für Montage- und Verpackungsarbeiten in Höhe von rund CHF 8 Mio.



Agenda

Jahresrückblick

C. Buhl

Umsatzentwicklung

C. Buhl

Jahresrechnung

R. Iff

Bauindustrie – Ausblick

C. Buhl

Geberit – Ausblick

C. Buhl

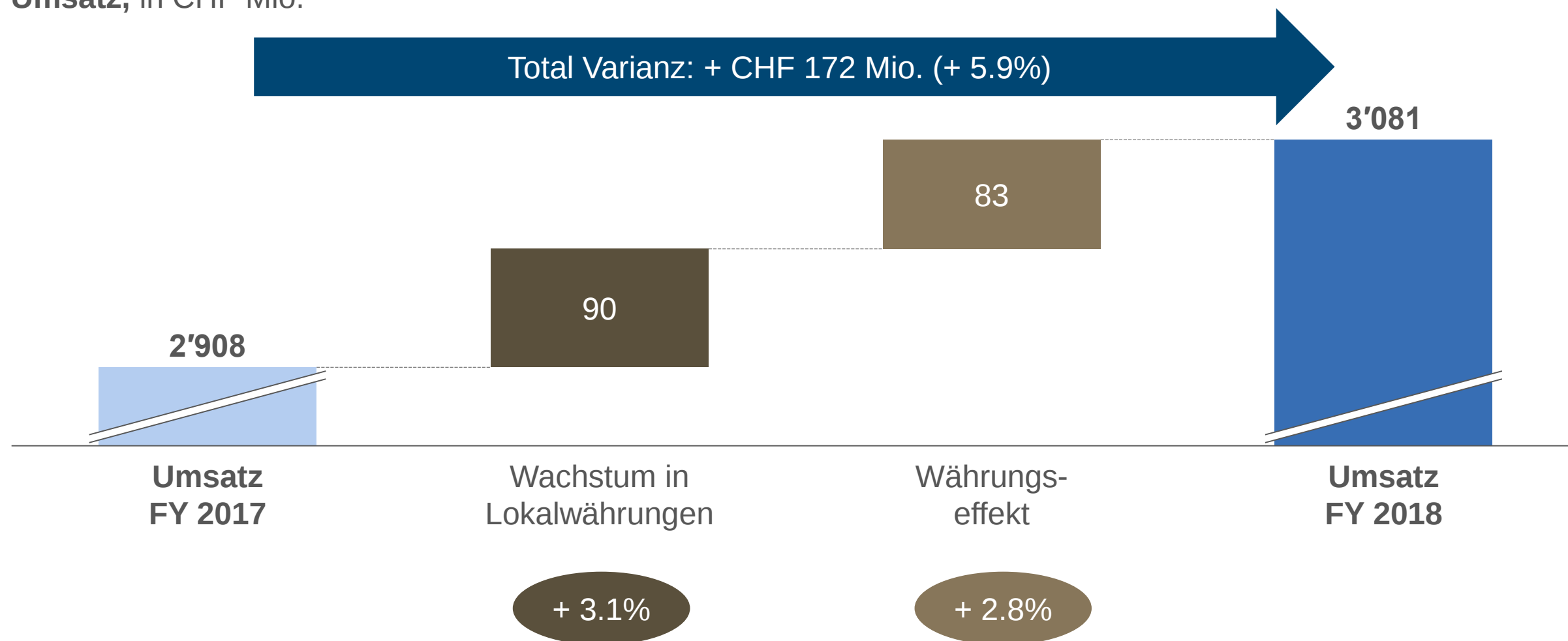
Zusammenfassung

C. Buhl



Umsatz 2018 – Wachstum von +5.9%

Umsatz, in CHF Mio.



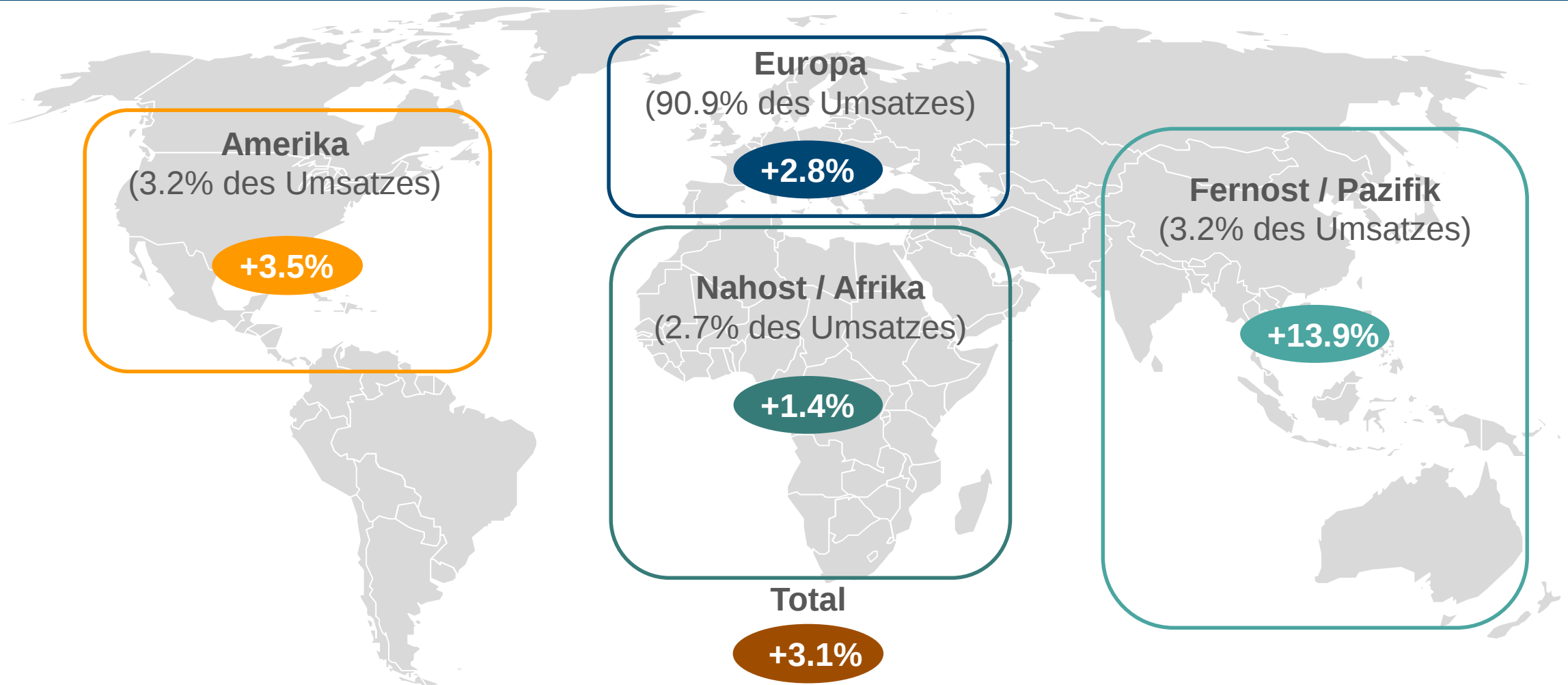
Hinweis: Aufgrund von Rundungen können sich die in diesem Bericht dargestellten Zahlen nicht genau mit den angegebenen Summen decken. Alle Kennzahlen und Abweichungen werden mit dem zugrunde liegenden Betrag und nicht mit dem dargestellten gerundeten Betrag berechnet.

Umsatz 2018 – Generelle Quartalsvolatilität

Quartal	Umsatz CHF Mio.	Vorjahresabweichung		Kommentar
		% CHF	% wb	
Q1	823	11.7%	4.7%	• Starkes Umsatzwachstum in der Schweiz durch Vorzieheffekte • Starkes Wachstum von AquaClean durch gezielte Marketingmassnahmen
Q2	807	10.3%	3.9%	
H1	1'630	11.0%	4.3%	
Q3	741	1.1%	0.7%	• Erhöhte Volatilität in der Bauindustrie • Verlangsamung der Bauindustrie in spezifischen Märkten
Q4	710	0.5%	3.0%	
H2	1'451	0.8%	1.8%	
FY	3'081	5.9%	3.1%	

Umsatz 2018 – Umsatzwachstum in allen Regionen

Umsatzanteil und währungsbereinigtes Wachstum 2018 nach Regionen, %



Umsatz 2018 – Entwicklung in Europa pro Land / Region (1/2)

Land / Region	Umsatz CHF Mio.	Vorjahresabweichung		Kommentar
		% CHF	% wb	
Deutschland	934	7.7%	3.1%	• Engpass von qualifizierten Installateuren begrenzt Wachstum • Markt Outperformance getrieben durch Upselling-Strategie und Einführung neuer Produkte
Nordische Länder	312	-0.7%	-1.9%	• Schwächeres Marktumfeld in Schweden und Norwegen • Wachstum der Installations- & Spülsysteme und Rohrleitungssysteme
Zentral- / Osteuropa	307	9.7%	9.0%	• Markt Outperformance in allen Schlüsselmärkten • Zweistelliges Wachstum bei Installations- & Spülsystemen sowie Rohrleitungssystemen
Schweiz	283	1.5%	1.5%	• Stabiler Markt auf hohem Niveau • Markt Outperformance getrieben durch Upselling-Strategie und Einführung neuer Produkte
Benelux	252	9.0%	4.6%	• Positives Wachstum in den Niederlanden und Belgien • Markt Outperformance in den Niederlanden und Belgien

Umsatz 2018 – Entwicklung in Europa pro Land / Region (2/2)

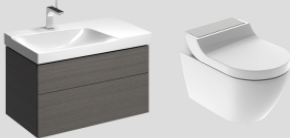
Land / Region	Umsatz CHF Mio.	Vorjahres- abweichung		Kommentar
		% CHF	% wb	
Italien	216	7.5%	2.7%	• Verschlechtertes Marktumfeld in H2 aufgrund politischer Unsicherheiten • Über der Marktentwicklung liegendes Wachstum dank gezielter Vertriebs & Marketing Initiativen
Frankreich	187	6.1%	1.6%	• Marktverlangsamung im Verlauf des Jahres • Starkes Wachstum bei Installations- & Spülsystemen
Österreich	171	5.9%	1.8%	• Verlangsamung des Marktes auch aufgrund des Mangels an qualifizierten Installateuren • Starkes Umsatzwachstum in den Jahren 2016 (+12%) und 2017 (+9%)
UK / Irland	112	1.0%	-1.7%	• Marktverlangsamung im Verlauf des Jahres • Geberit mit überproportionalem Anteil im Nichtwohnungsbereich
Iberische Halbinsel	24	14.3%	9.5%	• Anhaltende Markterholung • Stark wachsende Installations- & Spülsysteme

Umsatz 2018 – Entwicklung in den internationalen Regionen

Land / Region	Umsatz CHF Mio.	Vorjahres- abweichung		Kommentar
		% CHF	% wb	
Amerika	99	2.8%	3.5%	• Moderates Wachstum des institutionellen Sektors • Starkes Wachstum bei elektronischen Armaturen
Fernost / Pazifik	100	13.4%	13.9%	• Gemischtes Bild der Bauindustrie in den verschiedenen Märkten • Zweistelliges Umsatzwachstum in China und Indien
Nahost / Afrika	84	2.0%	1.4%	• Stagnierendes Marktumfeld in Südafrika und gestiegene Unsicherheiten in der Golf Region • Einstelliges Umsatzwachstum in der Golf Region und in Südafrika



Umsatz 2018 – Entwicklung pro Produktbereich

		Umsatz CHF Mio.	Vorjahresabweichung		Kommentar
			% CHF	% wb	
Installations- & Spülsysteme		1'133	8.0%	4.9%	Starkes Wachstum der Installationssysteme, getrieben durch Expansionsmärkte in Europa und Upselling in den etablierten Märkten
Rohrleitungssysteme		928	7.3%	4.3%	Starkes Wachstum neuer Abwassersysteme, getrieben durch Produkteinführungen der letzten Jahre
Badezimmer-systeme		1'020	2.5%	0.1%	- Negativ beeinflusst durch die Schliessung zweier Keramikwerke in Frankreich - Schwächeres Marktumfeld in den nordischen Ländern

Agenda

Jahresrückblick

C. Buhl

Umsatzentwicklung

C. Buhl

Jahresrechnung

R. Iff

Bauindustrie – Ausblick

C. Buhl

Geberit – Ausblick

C. Buhl

Zusammenfassung

C. Buhl



Wichtigste Kennzahlen 2018

CHF Mio.	2018	2017	% YoY
Umsatz	3'081	2'908	5.9%
Adj. EBITDA	868	821	5.7%
<i>Marge</i>	28.2%	28.2%	
EBITDA	868	772	12.4%
Adj. EBIT	744	706	5.4%
<i>Marge</i>	24.2%	24.3%	
EBIT	708	622	13.8%
Adj. Nettoergebnis	626	604	3.7%
<i>Marge</i>	20.3%	20.8%	
Nettoergebnis	597	527	13.2%
Adj. EPS (CHF)	17.21	16.43	4.7%
EPS (CHF)	16.40	14.34	14.4%
Free Cashflow	582	476	22.2%
<i>Marge</i>	18.9%	16.4%	

- EBITDA Marge nach wie vor auf höchstem Niveau im Industrievergleich
- Höhere Rohstoffpreise konnten kompensiert werden mittels
 - Preiserhöhungen
 - Volumenwachstum
 - Positive Effekte aus der Schliessung von zwei französischen Keramikwerken
 - Kontinuierliche Effizienzsteigerungen
- Keine Einmaleffekte aus der Sanitec Akquisition auf EBITDA-Ebene ab 2018
- Einmaleffekte von CHF 29 Mio. im Nettoergebnis
- Starke Erhöhung des Free Cashflow

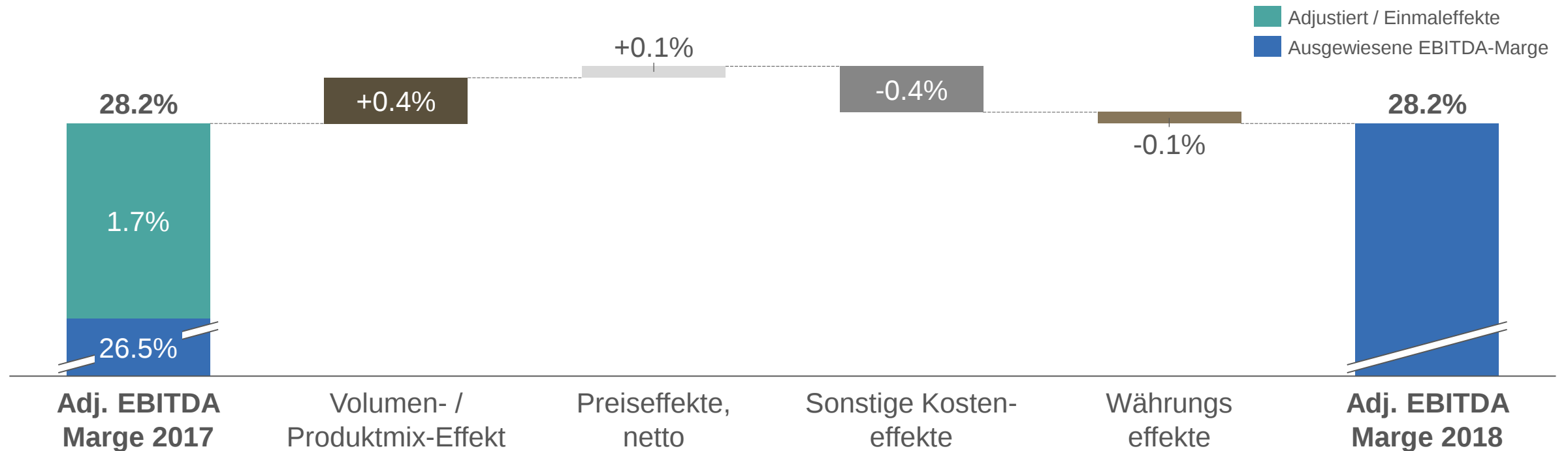


Erfolgsrechnung 2018

CHF Mio.	2018	%	2017	%	% YoY
Umsatz	3'081	100.0%	2'908	100.0%	5.9%
Materialaufwand	893	29.0%	830	28.5%	7.6%
Personalaufwand	744	24.2%	747	25.7%	-0.4%
Abschreibungen	105	3.4%	106	3.6%	-0.7%
Amortisationen	55	1.8%	45	1.5%	23.8%
Sonstiger Betriebsaufwand, netto	576	18.7%	560	19.2%	2.8%
Total Betriebsaufwand, netto	2'373	77.0%	2'287	78.6%	3.8%
Betriebsergebnis (EBIT)	708	23.0%	622	21.4%	13.8%
EBITDA	868	28.2%	772	26.5%	12.4%
Adj. EBITDA	868	28.2%	821	28.2%	5.7%
Adj. Betriebsergebnis (Adj. EBIT)	744	24.2%	706	24.3%	5.4%



EBITDA Marge 2018 – Profitabilität auf hohem Niveau trotz Gegenwind



- Positive Auswirkung des Volumeneffekts
- Höhere Rohmaterialpreise durch Preiserhöhungen kompensiert
- Negativer Effekt der sonstigen Kosten aufgrund höherer Personalkosten
- Keine signifikanten Währungseffekte dank natürlichem Hedging
- Keine Einmaleffekte auf Stufe EBITDA ab 2018

Adj. Nettoergebnis und adj. EPS 2018 – Über Vorjahr

CHF Mio.	2018	%	2017	%	% YoY
Betriebsergebnis (EBIT)	708	23.0%	622	21.4%	13.8%
Finanzergebnis, netto	-20	-0.7%	-9	-0.3%	-117.0%
Ergebnis vor Steuern	687	22.3%	612	21.1%	12.2%
Ertragssteuern	90	2.9%	85	2.9%	6.0%
<i>in % Vorsteuerergebnis</i>	<i>13.1%</i>		<i>13.9%</i>		
Nettoergebnis	597	19.4%	527	18.1%	13.2%
EPS (CHF)	16.40		14.34		14.4%
Adj. Nettoergebnis	626	20.3%	604	20.8%	3.7%
Adj. EPS (CHF)	17.21		16.43		4.7%



Free Cashflow 2018 – Starker Anstieg des Free Cashflows

CHF Mio.	2018	2017 ¹	% YoY
EBITDA	868	772	12.4%
Veränderung des Netto-Umlaufvermögens aus operativer Kerntätigkeit	-19	-7	
Veränderung des sonstigen Netto-Umlaufvermögens	8	-11	
Veränderung von Rückstellungen	-12	20	
Bezahlte Ertragsteuern	-103	-130	
Sonstige nicht liquiditätswirksame Aufwendungen und Erträge	5	-3	
Nettomittelfluss aus Geschäftstätigkeit	748	640	16.7%
<i>in % Umsatz</i>	<i>24.3%</i>	<i>22.0%</i>	
Kauf von Sachanlagen und immateriellen Anlagen, netto	-154	-155	
Bezahlte Zinsen und sonstige Finanzierungskosten, netto	-12	-9	
Free Cashflow	582	476	22.2%
<i>in % Umsatz</i>	<i>18.9%</i>	<i>16.4%</i>	

1 Die Definition der Kennzahlen "Netto-Cashflow" und "Free Cashflow" wurde an die Definition der Geldflussrechnung angepasst und die Vorjahreszahlen wurden zum Zwecke der Vergleichbarkeit umgegliedert



Bilanz 2018

CHF Mio.	31.12.2018	31.12.2017
Liquide Mittel	282	413
Netto-Umlaufvermögen	206	173
Sachanlagen	829	813
Latente Steuerforderungen	92	96
Sonstige langfristige Aktiven und Finanzanlagen	37	35
Goodwill und immaterielle Anlagen	1'652	1'749
Bilanzsumme	3'502	3'743
Finanzverbindlichkeiten	837	895
Pensionsrückstellungen	292	309
Latente Steuerverbindlichkeiten	68	77
Steuerverbindlichkeiten	104	102
Sonstige langfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	53	58
Eigenkapital	1'745	1'837
<i>Eigenkapitalquote</i>	<i>49.8%</i>	<i>49.1%</i>
Netto-Schulden	555	482
<i>Gearing</i>	<i>31.8%</i>	<i>26.3%</i>



Dividende 2018 – Ausschüttung steigt um +3.8%

CHF Tausend	2018	2017
Nettoergebnis Geberit AG	480'166	501'972
Gewinnvortrag	2'563	3'169
Total verfügbarer Gewinn	482'729	505'141
Zuweisung an freie Reserven	80'000	120'000
Beantragte / bezahlte Dividende	393'019 ¹	382'578 ²
Vortrag auf neue Rechnung	9'710	2'563
Total Verwendung des Bilanzgewinns	482'729	505'141

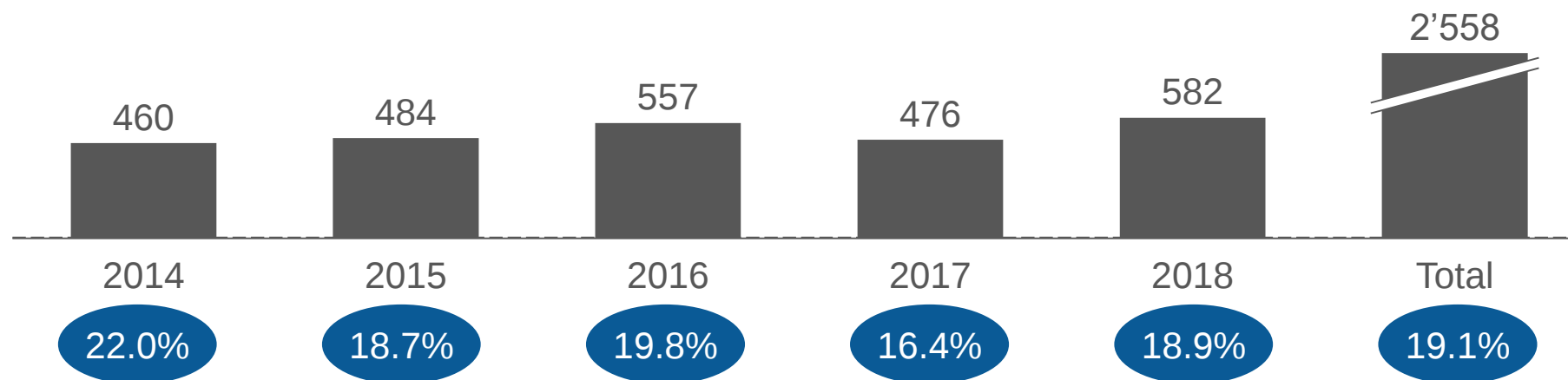
1 Der Verwaltungsrat beantragt an der Generalversammlung der Geberit AG vom 3. April 2019 eine Dividende von CHF 10.80 je ausschüttungsberechtigte Aktie. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 62.7%. Die Anzahl der effektiv ausschüttungsberechtigten Aktien kann sich bis zur Generalversammlung noch ändern.

2 Dividende von CHF 10.40 je Aktie



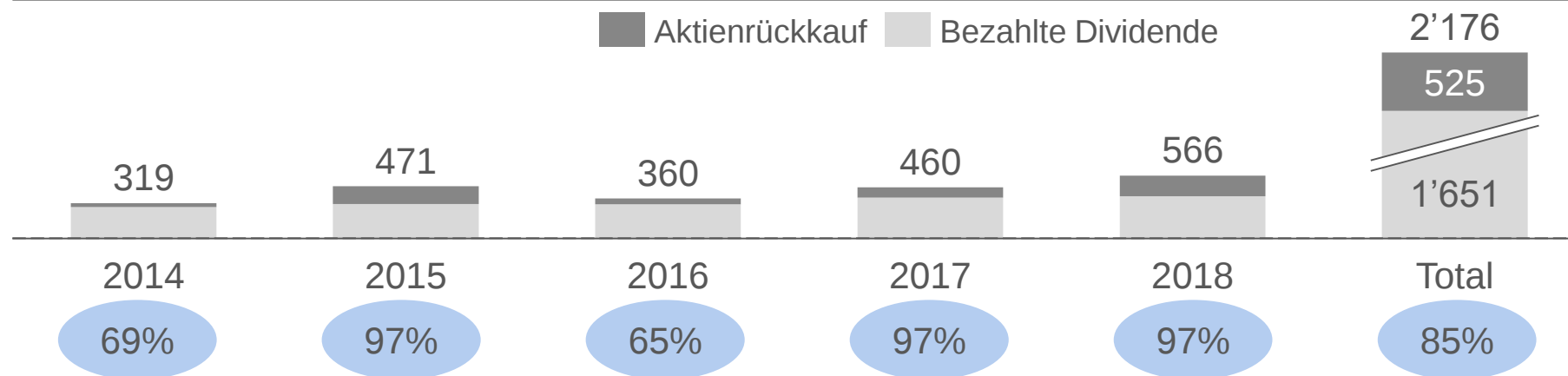
Free Cashflow und Ausschüttung an die Aktionäre

Free Cashflow, CHF Mio.



Durchschnittliche FCF
Marge 2014-2018 in % des
Umsatzes: 19.1%

Ausschüttung an Aktionäre, CHF Mio.



Durchschnittliche
Ausschüttung an Aktionäre
2014-2018 in % des Free
Cashflows: 85%



Agenda

Jahresrückblick

C. Buhl

Umsatzentwicklung

C. Buhl

Jahresrechnung

R. Iff

Bauindustrie – Ausblick

C. Buhl

Geberit – Ausblick

C. Buhl

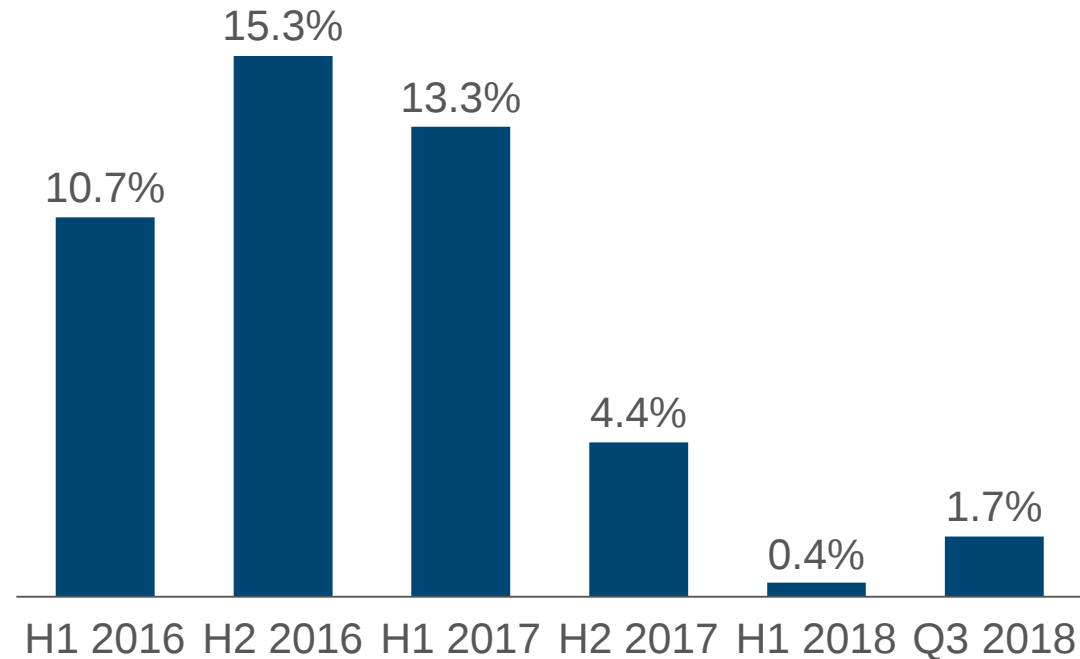
Zusammenfassung

C. Buhl



Ausblick Bauindustrie

Anzahl Baugenehmigungen Neubau Europa (% vs. Vorjahreszeitraum)



Source: Eurostat

- Grundlagen der Bauwirtschaft bleiben positiv
- Erhöhte Unsicherheiten führen zu einer höheren Volatilität und einer schwierigeren Prognose für die Bauindustrie
- Verlangsamung einzelner Märkte und des europäischen Wohnungs-Neubaus
- Teilweise Kompensation der schwächeren Neubau-Entwicklung durch robustes Renovationssegment
- Insgesamt geringeres Wachstum im Hochbau erwartet

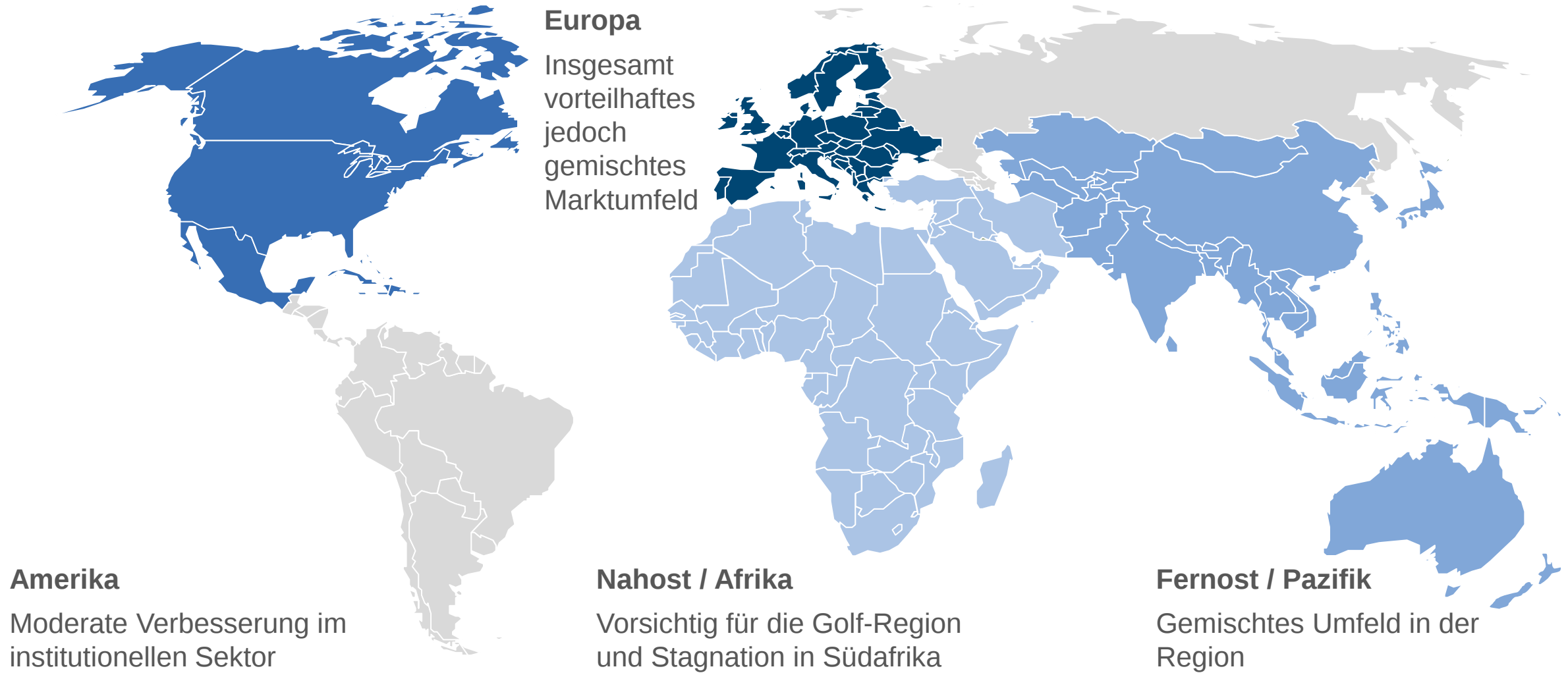
Bauindustrie Ausblick – Europa

Gemischtes Marktumfeld in der Bauindustrie

- Zuversichtlich bezüglich Nachfrage in **Deutschland** – Engpass bei qualifizierten Sanitärinstallateuren dürfte Wachstum weiterhin limitieren
- Leichter Rückgang in der **Schweiz**
- **Nordische Länder** bestenfalls stagnierend – positiv für **Dänemark**, Stagnation in **Norwegen** und **Finnland**, Abkühlung in **Schweden**
- Vorsichtiger Ausblick für **Italien** wegen politischen Unsicherheiten
- Stagnierender Markt in **Frankreich** mit schwächeren Indikatoren für den Residential Sektor
- Abnehmender Nicht-Wohnungsbau in **UK**
- Positiver Baumarkt in **Österreich** mit leichtem Wachstum
- Positiver Ausblick für **Benelux** – Engpässe bei qualifizierten Sanitärinstallateuren in den **Niederlanden** begrenzen das Wachstum
- Gemischtes Bild in **Osteuropa**
- Markterholung auf tiefem Niveau auf der **Iberischen Halbinsel**



Bauindustrie Ausblick



Agenda

Jahresrückblick

C. Buhl

Umsatzentwicklung

C. Buhl

Jahresrechnung

R. Iff

Bauindustrie – Ausblick

C. Buhl

Geberit – Ausblick

C. Buhl

Zusammenfassung

C. Buhl



Produkteinführung 2019 – Neue Badezimmer Serie “Geberit ONE”



Beschreibung

- Neue Badezimmer Serie, welche Knowhow hinter der Wand mit Knowhow vor der Wand kombiniert

B2C Nutzen

- Optimale Raumausnutzung: Siphon, Spiegelschrank sowie Duschablage in der Wand
- Reinigungsfreundlich: Spülrandloses WC mit TurboFlush Spülung, einfach abnehmbarer WC-Sitz, Kammeinsatz bei Ablauf

B2B Nutzen

- Einfache, schnelle und sichere Installation
 - Integriert in Geberit Installationssystem
 - Neues WC Befestigungssystem
 - Höhenverstellbares WC

Produkteinführung 2019 – Neues DuoFresh Modul



Beschreibung

- Geruchsabsaugung und hygienische Wasserspülung fürs WC

B2C Nutzen

- Kein schlechter Geruch im Badezimmer
- Mit Einwurf für DuoFresh Hygiene-Stick
- Kompatibel mit fast allen Betätigungsplatten
- Automatische Aktivierung oder Lichtschalter Kopplung
- Steuerbar über Smartphone App

B2B Nutzen

- Volle Kompatibilität mit Standard Geberit WC-Element
- Upselling-Option für mehr Funktionalität im WC Bereich
- Rückwärtskompatibilität bis 2008

Produkteinführung 2019 – Neues AquaClean Sela



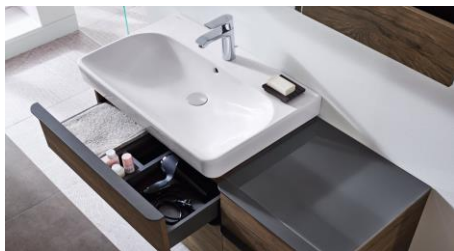
Beschreibung

- Neues Mid-Level Dusch-WC mit Fokus auf Design und Hygiene

B2C Nutzen

- Attraktives Design
- Atmosphärisches Orientierungslicht
- Hygienische und leise TurboFlush Spültechnik mit einer randlosen WC-Keramik
- Steuerbar über Smartphone App
- Attraktiver Mid-Level Preis

Produkteinführung 2019 – SMYLE Upgrade



Beschreibung

- Modernisierung und Erweiterung der Badezimmerserie SMYLE im mittleren Preissegment

B2B Nutzen

- Installateure: Schnelles Montagesystem für Toilette und Bidet
- Grosshandel: Modernisierung und Erweiterung einer bekannten erfolgreichen Serie sichert hohe Akzeptanz

B2C Nutzen

- Ästhetisches Design zu einem sehr interessanten Preis
- Modulares Möbelkonzept
- Einfache Reinigung durch vollständig geschlossene Keramiken

Produkteinführung 2019 – Geberit SuperTube



Beschreibung

- Strömungsoptimiertes Abwassersystem, welches eine durchgehende Luftsäule im Fallstrang sicherstellt

B2B Nutzen

- Keine Entlüftungsleitung und kleinere Rohrdurchmesser
- Raumgewinn in Hochhäusern
 - Mehr Nettowohnfläche (bis zu 20%¹ reduzierte Schachtgrösse)
 - Mehr Raumhöhe (bis zu 40%¹ Reduktion der abgehängten Decke)
- Einfachere Planung und schnellere Installation

1 Im Vergleich zu konventionellem System d160 und zusätzlicher Entlüftungsleitung d90

Investitionen 2019 – Kapazitätserweiterung und Erneuerungen



Komplette Erneuerung der Produktion in Langenfeld (DE)

- Erneuerung von Maschinen und Werkzeugen für Metallrohrleitungssysteme zur Effizienzsteigerung
- Inbetriebnahme ab 2019
- CAPEX: EUR 17 Mio. (2019)



Kapazitätserweiterung und Produktivitätssteigerung in Villadose (IT)

- Kapazitätserweiterung und Effizienzsteigerung bei Kunststoff Rohrleitungssystemen
- Produktionsstart 2019
- Payback von 4 Jahren
- CAPEX: EUR 4 Mio. (2019-2020)

Marketing & Brands Ausblick 2019 – Vereinfachung des Markenportfolios

KERAMAG
Geberit Group


Sphinx
Geberit Group

ALLIA
P A R I S
Geberit Group


POZZI-GINORI
Geberit Group

- Phase-out von 4 Keramik Marken (Keramag, Sphinx, Allia, Pozzi-Ginori), die durch die Marke Geberit ersetzt werden; Start in 2019
- Hauptvorteile
 - Verbesserung der Kundenbetreuung
 - Vereinfachung von Cross- und Up-Selling
 - Reduzierte Komplexität in Produktion und Logistik
 - Freisetzen von Kapazitäten für die Entwicklung neuer Produkte
- Einmalige Marketingkosten von je CHF 10 Mio. in 2019 und 2020

Marketing & Brands Ausblick 2019 – Weitere Einführungen digitaler Tools



Einführung neuer digitaler Tools

- Neue Pro App für Installateure mit mehr Funktionalitäten, z.B.
 - Automatische Produkterkennung auf Basis künstlicher Intelligenz
 - Chat Funktion
- Web-basierte Kalkulationstools für Planer und Installateure, z.B. für
 - Schallschutz
 - Industrielle Anwendungen
- Neuer Geberit BIM Katalog mit neuen Funktionalitäten, z.B.
 - Plug-in für Autodesk BIM Software mit 100% BIM Datenaktualität via real-time Verbindung zu Geberit Produktdaten
- Roll-out des neuen B2C CRM Systems in DE, CH, AT, BE

Agenda

Jahresrückblick

C. Buhl

Umsatzentwicklung

C. Buhl

Jahresrechnung

R. Iff

Bauindustrie – Ausblick

C. Buhl

Geberit – Ausblick

C. Buhl

Zusammenfassung

C. Buhl



Zusammenfassung – Geberit mit einem guten Jahr 2018

- Solides organisches Umsatzwachstum
- Weitere Produktivitätssteigerungen durch Standortschliessungen in Frankreich und kontinuierliche Investitionen
- Konsequente Preiserhöhungen und hohe Kostendisziplin in inflationären Kostenumfeld
- Stabile Profitabilität trotz deutlich gestiegener Rohmaterialpreise und starken Tarifierhöhungen
- Innovationspipeline führt zu einem Rekordniveau neuer Patente
- Weiterhin hohe Investitionen in die Digitalisierung
- Starkes Wachstum des Free Cashflows auf Rekordniveau – vollständig ausgeschüttet an Aktionäre



Zusammenfassung – Ausblick 2019

- Gemischte Aussichten in der Bauindustrie mit einer Verlangsamung in einzelnen Märkten
- Rohmaterialpreise in Q1 2019 unter Q4 2018, allerdings wieder ansteigend in Q2 2019
- Steigendes Lohnniveau aufgrund von höheren Tarifen
- Wichtigste Prioritäten für Geberit in 2019:
 - Weitere Festigung und Verbesserung des kombinierten Geschäfts hinter und vor der Wand
 - Einführung wichtiger neuer Produkte in allen drei Produktbereichen
 - Vereinfachung des Markenportfolios durch Ablösung von Keramag durch Geberit
 - Starke Fokussierung auf verschiedene Effizienzprojekte und strikte Kostendisziplin um Lohninflation auszugleichen



Zusammenfassung – Solide Fundamentalwerte liefern industrieführende Finanzergebnisse

Fokussierte und stabile Strategie

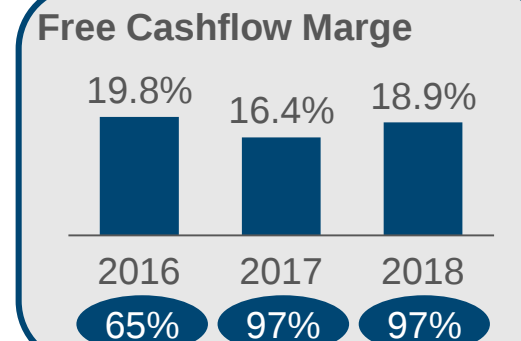
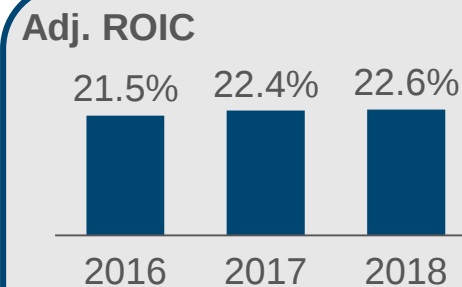
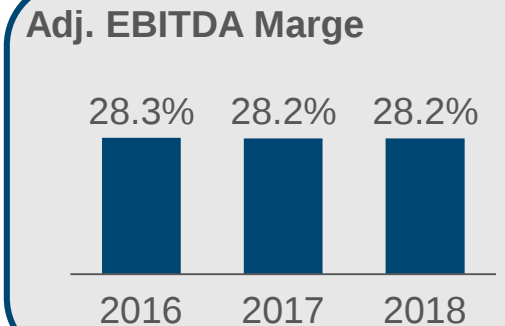
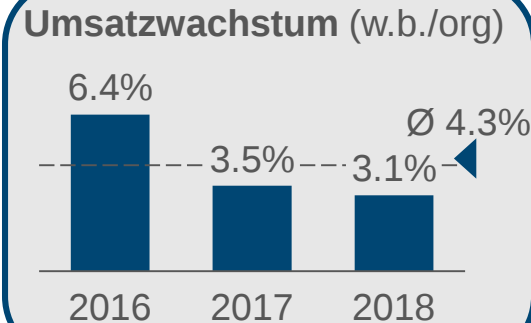
Entscheidungs-trägerorientiertes Geschäftsmodell

Innovationsfokus

Kontinuierliche Investitionen

Funktionale und schlanke Organisation

Starke und bodenständige Kultur



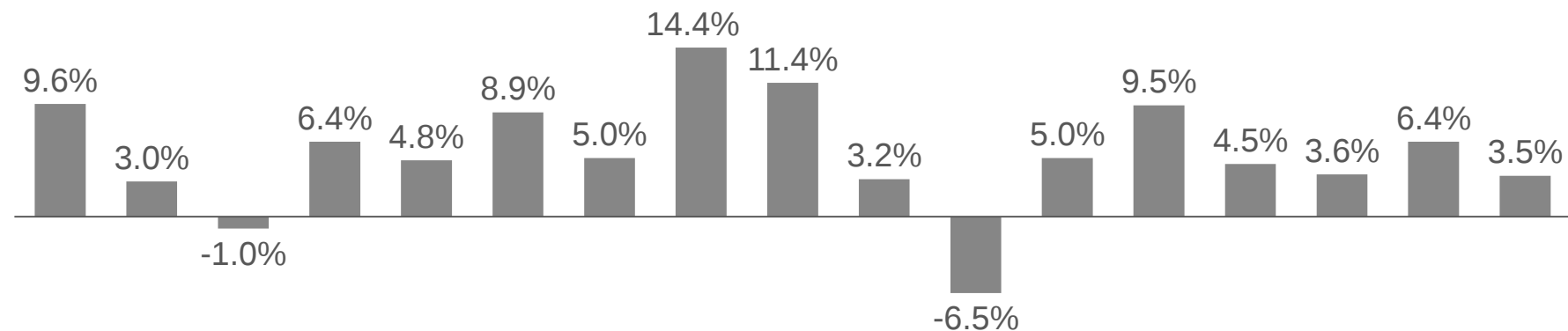
...% Ausschüttung an Aktionäre

Wichtige Daten 2019

-
- | | |
|--------------------|--|
| • 3. April 2019 | • Generalversammlung |
| • 9. April 2019 | • Dividendenzahlung |
| • 2. Mai 2019 | • Information zum 1. Quartal 2019
• Medieninformation und Telefonkonferenz |
| • 15. August 2019 | • Information zum Halbjahresbericht 2019
• Medieninformation und Telefonkonferenz |
| • 31. Oktober 2019 | • Information zum 3. Quartal 2019
• Medieninformation und Telefonkonferenz |
-

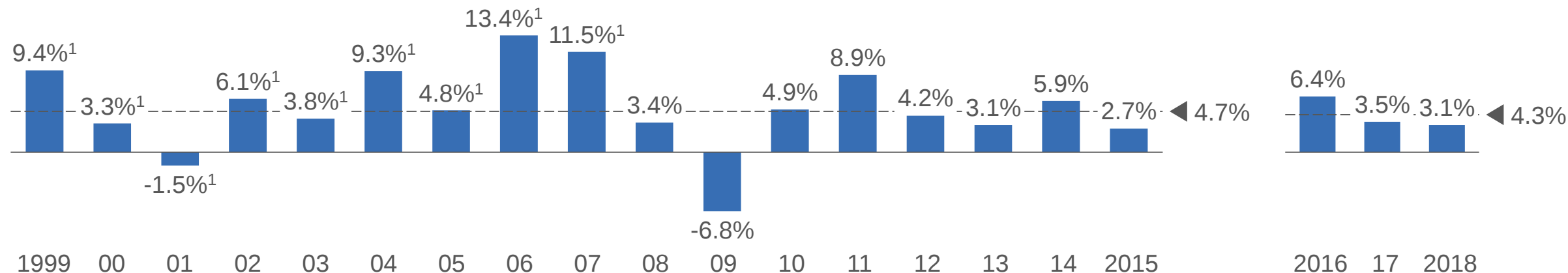
Anhang - Historisches Umsatz vs. Nettoumsatz

Umsatz (wb. /org)



- Bis 2014 wurde der Umsatz ausgewiesen und anschliessend nur noch der Nettoumsatz
- Seit 2018 haben wir in unseren Präsentationen den Nettoumsatz als Umsatz ausgewiesen

Nettoumsatz (wb. /org)



¹ Zahlen sind berechnet basierend auf einem fixen Währungskurs und bereinigt um M&A Effekte für die Jahre 1999 bis 2007 und vor 2006 wurden die Transportkosten neu allokiert für die Berechnung des Nettoumsatzes



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.

