

2015 1665



- 
- 1 • Unternehmensprofil
 - 2 • Drei Fragen an Pierre-André de Chalendar
 - 4 • 350 Jahre Geschichte
 - 6 • Wer sind wir heute?
 - 8 • Kennzahlen
 - 10 • Unsere Aktivitäten
 - 12 • Unsere Marken

14 **SAINT-GOBAIN** überdauert die Epochen und greift der Zukunft vor

- 16 • Eine Strategie, die die weltweiten Herausforderungen antizipiert
- 18 • Corporate Governance
- 20 • Eine Politik der sozialen Verantwortung mit fünf Schwerpunkten
- 22 • Wegweisende Projekte

28 **EINE WELT** ohne Grenzen

- 30 • Eine global ausgerichtete Unternehmensgruppe
- 32 • Globale Präsenz, lokale Antworten
- 34 • Saint-Gobain vertraut auf das Potenzial aller Länder

36 **NACHHALTIGE LEBENSRAUMGESTALTUNG** zum Greifen nah

- 38 • Lebensraumgestaltung von 1665 bis 2065
- 40 • Die Referenz in der nachhaltigen Lebensraumgestaltung
- 42 • Unsere Aktivitäten im Dienste der Lebensraumgestaltung
- 44 • Komfort: seit jeher ein entscheidendes Anliegen
- 46 • Nachhaltige Lebensräume für alle

48 **INNOVATION** verändert die Welt

- 50 • Saint-Gobain, eines der 100 innovativsten Unternehmen der Welt
- 52 • Innovation für und mit den Kunden
- 54 • Öko-Innovation: Konkretisierung unserer Strategie der nachhaltigen Lebensraumgestaltung
- 56 • Innovationen für unsere Lebensräume und das tägliche Leben

60 **Es gibt unbegrenzt TALENTE**

- 62 • Eine verantwortungsvolle Unternehmensgruppe
- 64 • Eine Unternehmensgruppe im Zeichen der Offenheit
- 66 • Saint-Gobain Mitarbeiter-Porträts aus aller Welt

2015 feiert Saint-Gobain sein **350-jähriges** Bestehen. Mit seiner Erfahrung und Innovationsfähigkeit entwickelt, produziert und vertreibt **Saint-Gobain innovative Baustoffe** sowie **Hochleistungswerkstoffe**.

Die **in der Gestaltung von Lebensräumen weltweit führende Unternehmensgruppe** bietet nachhaltige Lösungen für die Herausforderungen Wachstum, Energiesparen und Umweltschutz. Sie verfolgt eine **langfristig angelegte Unternehmenspolitik** und entwickelt für ihre **Kunden** Produkte und Dienstleistungen, die **nachhaltiges Bauen** sowie das **tägliche Leben** erleichtern.

LEADER

L'INDUSTRIE DU VERRE

LES GLACES DE SAINT-GOBAIN

L'ILLUSTRATION

3 DÉCEMBRE 1898



Entrée de la manufacture de Saint-Gobain.



Drei Fragen

an Pierre-André

DE CHALENDAR

Wie sieht Ihre Bilanz des Jahres 2014 aus?

Trotz eines gesamtwirtschaftlich schwierigen Kontextes in Frankreich und einer ungewissen Lage in Deutschland haben sich die Ergebnisse der Saint-Gobain-Gruppe 2014 weiter verbessert. In den anderen geografischen Zonen konnten gute Wachstumsraten erzielt werden. Unsere Bemühungen hinsichtlich der Kostenanpassung haben wir überall weiter fortgesetzt. Zudem hat die Saint-Gobain-Gruppe in diesem Jahr große Veränderungen in ihrem Aktivitäten-Portfolio eingeleitet. Der geplante Erwerb der mehrheitlichen Kontrolle über Sika und das eingeleitete Bieterverfahren für den Verkauf von Verallia beschleunigen die Umsetzung unserer Strategie.

Wie sehen Ihre Entwicklungsschwerpunkte für 2015 aus?

Die beiden genannten Transaktionen werden unsere Fokussierung auf Entwicklung, Produktion und Vertrieb innovativer Hochleistungslösungen für die Gestaltung von Lebensräumen und für die Industrie vorantreiben. Sie stehen im Einklang mit unseren Zielen, die wir über diese beiden Projekte hinaus verfolgen: Steigerung unseres Wachstumspotenzials, Reduzierung der Kapitalintensität unserer Aktivitäten, Ausbau unserer Präsenz in den Schwellenländern und den USA sowie Erweiterung unseres Angebots differenzierter Produkte, die sich auf starke Marken stützen. Unser Status als Referenz in der Branche bringt auch Verantwortung und Verpflichtungen mit sich. Wir engagieren uns für die verantwortungsvolle Entwicklung unserer Aktivitäten unter Achtung der Umwelt, der Gesundheit und Sicherheit der Menschen und in solidarischer Partnerschaft mit der lokalen Umgebung. Wir sind Tag für Tag darauf bedacht, dieses Gleichgewicht zu wahren.

2015 feiert Saint-Gobain sein 350-jähriges Bestehen, was bedeutet das?

Saint-Gobain ist 350 Jahre alt, und ich bin sehr stolz, an der Spitze eines Unternehmens mit einer derartigen Geschichte zu stehen. Ich bin Teil dieser Kette all jener Führungskräfte, denen wie mir daran gelegen ist, die Unternehmensgruppe unter Achtung ihrer starken Werte voranzubringen: Aufmerksamkeit gegenüber unseren Mitarbeitern und Partnern, Innovationsgeist und Entrepreneurship im Zeichen der Solidarität. 350 Jahre Geschichte verheißen eine vielversprechende Zukunft. Saint-Gobain hat sich innerhalb dieses Zeitraums immer wieder neu erfunden, eine Erfahrung, aus der die Unternehmensgruppe heute ihre Kraft schöpft. Diese Kraft verbindet uns, und wir stellen es in den Dienst unserer Kunden. Ein Jubiläum bedeutet immer auch neue Pläne. Unser 350-jähriges Bestehen ist eine Bestätigung unseres Unternehmensprojektes: die Entwicklung von Lösungen zur Verbesserung des Lebensraums und des täglichen Lebens. Ein Grund mehr, dieses Jubiläum zu feiern und neben all den anderen Gründen, zuversichtlich in die Zukunft zu blicken. Das Jubiläumsjahr soll darüber hinaus weltweit mit zahlreichen Events und Initiativen gefeiert werden. Um unsere Unternehmensgeschichte mit möglichst vielen zu teilen, zeigen wir eine überaus inhaltsreiche virtuelle Ausstellung auf der Website www.saint-gobain350jahre.com. Im Laufe dieses Jahres sind zudem vier Wanderpavillons zu besichtigen, die vom Know-how der Saint-Gobain-Gruppe zeugen und auch zum Träumen einladen sollen (Shanghai im Januar, São Paulo im April, Philadelphia im Juni und Paris im Oktober).

350 Jahre GESCHICHTE



17.
Jahrhundert

Ursprünge

1665 gründet der französische König Ludwig XIV. auf Betreiben seines Ministers Colbert eine Spiegelglasmanufaktur, um dem Monopol Venedigs in der Herstellung von Spiegeln ein Ende zu bereiten. Herstellung und Lieferung der Spiegelgläser für den Spiegelsaal von Versailles sind der erste Großauftrag der Manufaktur. Saint-Gobain hält Einzug in die Geschichte Frankreichs.

18. und 19.
Jahrhundert

Entstehung eines Großunternehmens

Spiegel kommen im 18. Jahrhundert in Mode und werden immer erschwinglicher. Aufträge aus dem Königshaus und von Privatpersonen ermöglichen dem Unternehmen, das bereits über 1000 Mitarbeiter beschäftigt, die Modernisierung und sorgen dafür, dass das Unternehmen im Laufe des Jahrhunderts einen wachsenden Aufschwung verzeichnet. Im 19. Jahrhundert sieht sich Saint-Gobain mit einer lebhaften internationalen Konkurrenz konfrontiert und weitet seine Aktivität auf den Chemiesektor aus. Am Ende des Jahrhunderts halten sich Glas- und Chemieaktivitäten die Waage. Die Spiegelglasmanufaktur boomt dank des neuen Trends in der Architektur zu Strukturen aus Eisen und Glas, vor allem in öffentlichen Einrichtungen wie Markthallen, Bahnhöfen, überdachten Passagen und Ähnlichem.





20.
Jahrhundert

Aufbau der heutigen Unternehmensgruppe

VOM GLASHERSTELLER ZUM MULTINATIONALEN KONZERN

Saint-Gobain wendet sich nun der Herstellung aller Arten von Gläsern zu (Flaschen, optisches Glas, Glasfasern und Sonstiges). Auch die Revolution in der Automobilindustrie und die moderne Architektur mit ihren großformatigen Fensterfronten eröffnen neue Absatzmärkte. 1970 erfolgt die Fusion von Saint-Gobain mit Pont-à-Mousson, einem Hersteller von Kanälen aus Gusseisen. Ein neuer Managementstil kommt auf: Es folgen Verstaatlichung (1982), Privatisierung (1986), die Intensivierung der Forschungsaktivitäten, die Markterschließung neuer Länder, schließlich Verkäufe und Übernahmen. Besonders wegweisend sind die Akquisition von Norton im Jahr 1990, die Saint-Gobain auf dem Markt der hochtechnologischen Werkstoffe (Schleifmittel, Keramiken, Kunststoffe) platziert, sowie 1996 die Übernahme von Poliet (POINT.P, Lapeyre und Weber), die dem Unternehmen die Pforten zum Baustoffhandel öffnet.

21.
Jahrhundert

Ein Referenzunternehmen in der nachhaltigen Lebensraumgestaltung

Saint-Gobain legt den strategischen Schwerpunkt auf die nachhaltige Gestaltung des Lebensraums und bedient dabei auch weiterhin viele Industriemärkte. Mit zahlreichen Niederlassungen dehnt das Unternehmen zudem unablässig seine Präsenz in den Schwellenländern aus. Bedeutsame Übernahmen fördern den Ausbau des Handelsnetzes für Baustoffe in Europa und bereichern das Produktangebot, so die Akquisition von British Plaster Board im Jahr 2005 (Gips und Gipsplatten) und die von Maxit im Jahr 2007 (Werkmörtel).



Lernen Sie unsere Geschichte in allen Einzelheiten kennen

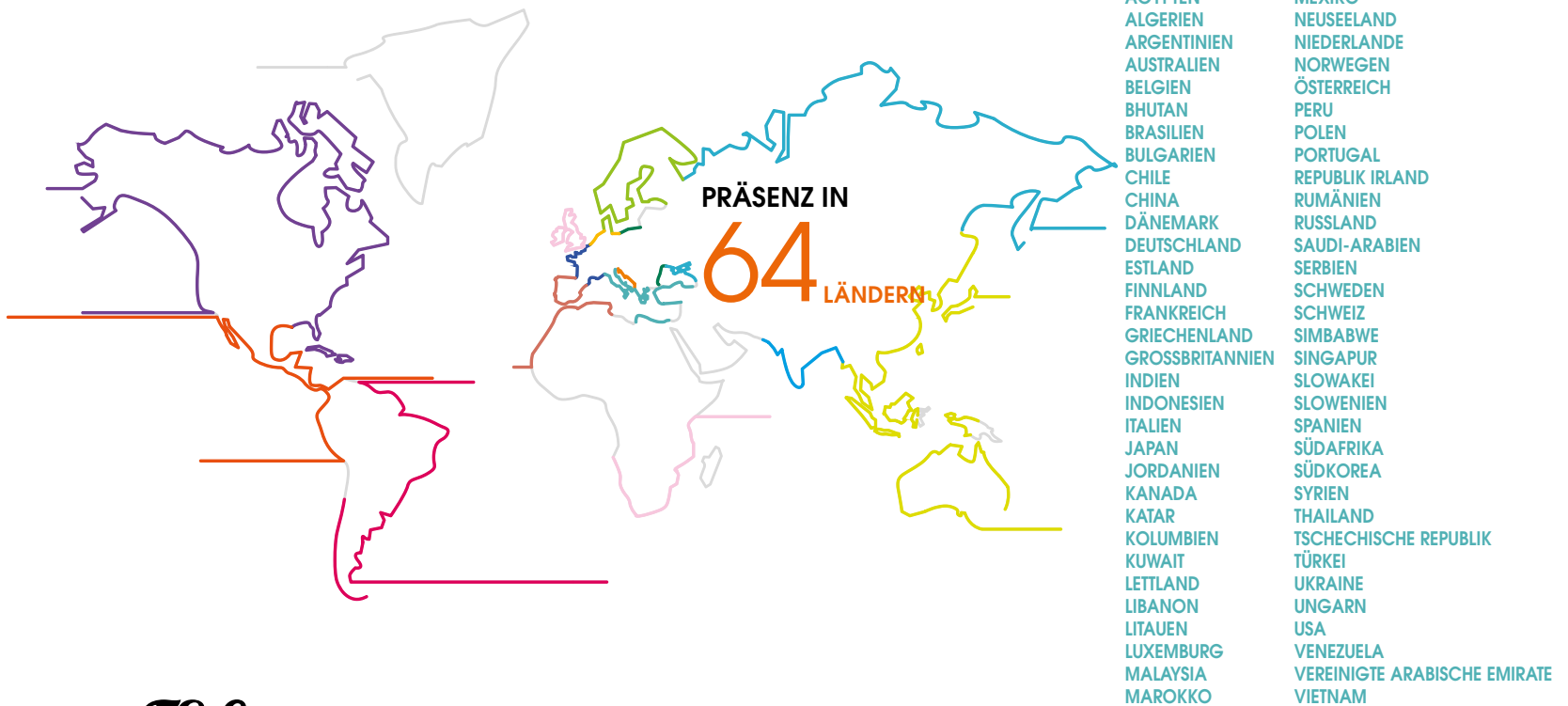
BESUCHEN SIE UNSERE AUSSTELLUNG
ZUM 350. GEBURTSTAG!

www.saint-gobain350jahre.com



WER SIND WIR heute?

Produktionsstandorte



F&E

7
INTERDISZIPLINÄRE
FORSCHUNGSZENTREN



Produkte

945 PRODUKTIONS-
STANDORTE

Jedes vierte
VON SAINT-GOBAIN VERKAUFTE PRODUKT
GAB ES VOR FÜNF JAHREN NOCH NICHT

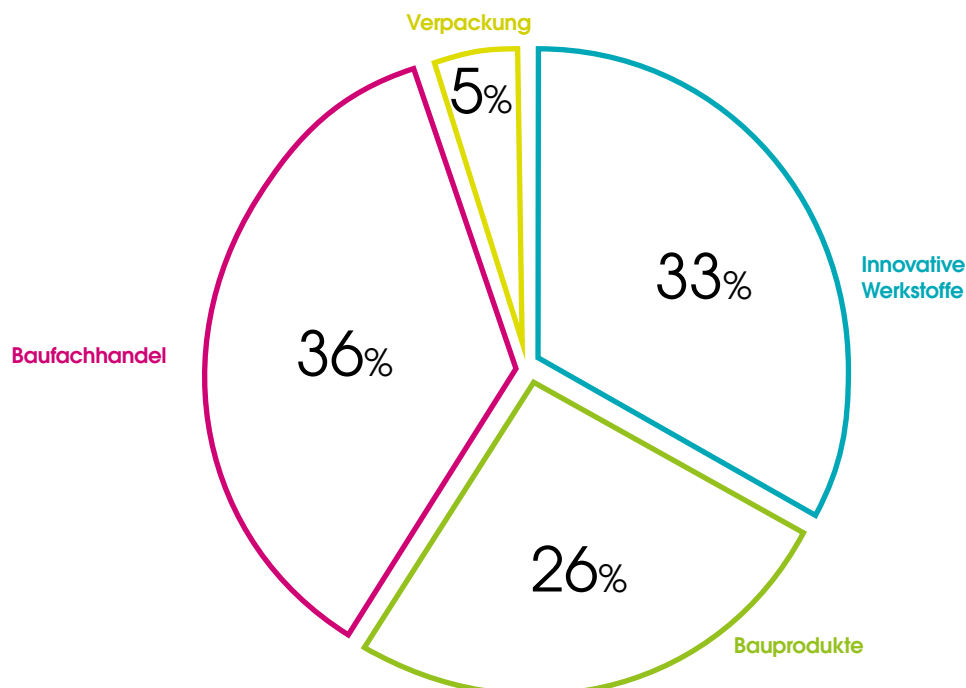
Personal

Über 180.000
MITARBEITER
WELTWEIT

460.000
INDIREKTE
ARBEITSPLÄTZE

3 VON 4
MITARBEITERN SIND AUSSERHALB
FRANKREICHS TÄTIG

— MITARBEITERVERTEILUNG NACH HAUPTSPARTEN —



KennZAHLEN

Finanzergebnisse 2014

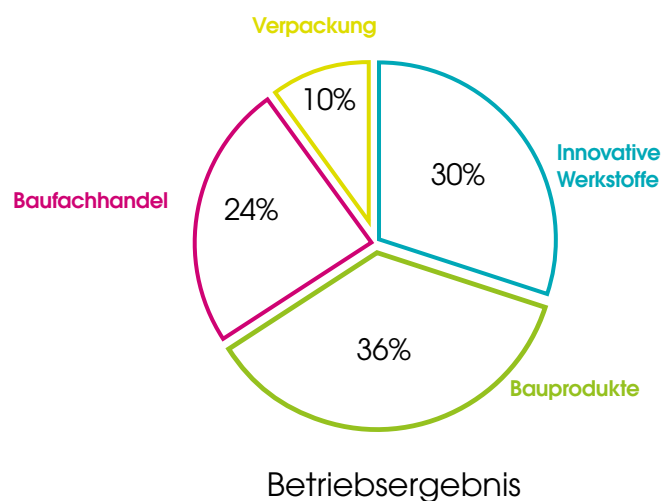
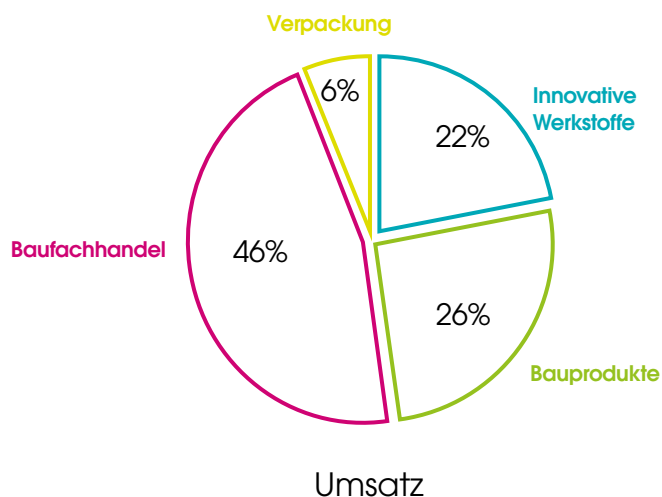
Umsatz

41,1 Mrd. Euro

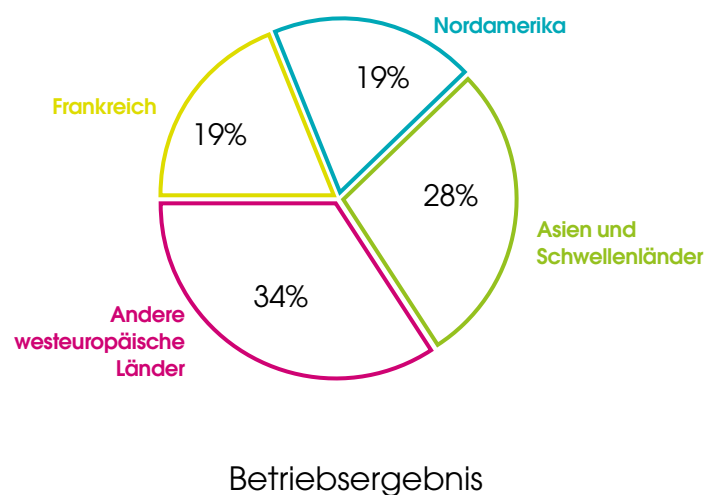
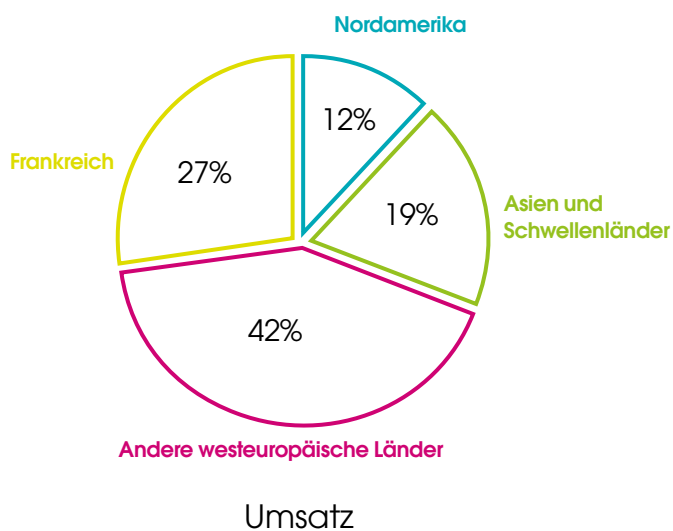
Bereinigtes Nettoergebnis

1,1 Mrd. Euro

NACH HAUPTSPARTEN



NACH GEOGRAFISCHEN GEBIETEN



Die Saint-Gobain-Aktie

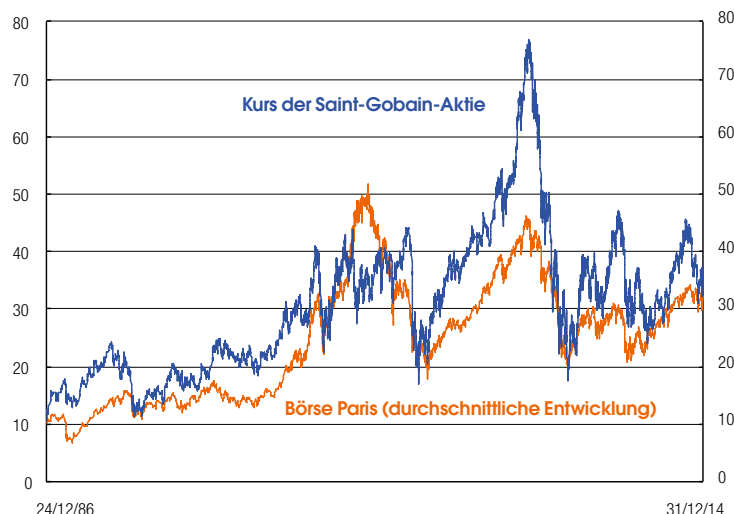
Sie ist auf dem A-Markt der Euronext Paris (Code ISIN FR 0000 125007) notiert und belegte am 31. Dezember 2014 **den 23. Rang des CAC** (19.795 Mio. Euro) und **den 18. Rang unter den meistgehandelten Aktien an dieser Börse mit durchschnittlich 1.986.163 gehandelten Aktien pro Tag in 2014.**

Die Saint-Gobain-Aktie ist auch an den wichtigsten europäischen Börsen in Frankfurt, London, Zürich (seit 1987), Amsterdam und Brüssel (seit 1988) notiert.

Die Saint-Gobain-Aktie ist zudem vertreten:

- im DJ Euro Stoxx 50, dem Aktienindex der 50 größten börsennotierten Unternehmen der Eurozone, und im Weltindex „The Global Dow“ mit 150 Unternehmen aus traditionellen und innovativen Branchen;
- in den Nachhaltigkeits-Indizes STOXX® Global ESG Leaders, Euronext Vigeo Europe 120, Euronext Vigeo Eurozone 120, ESI Excellence Europe von Ethibel und FTSE4Good.

KURS DER SAINT-GOBAIN-AKTIE ⁽¹⁾

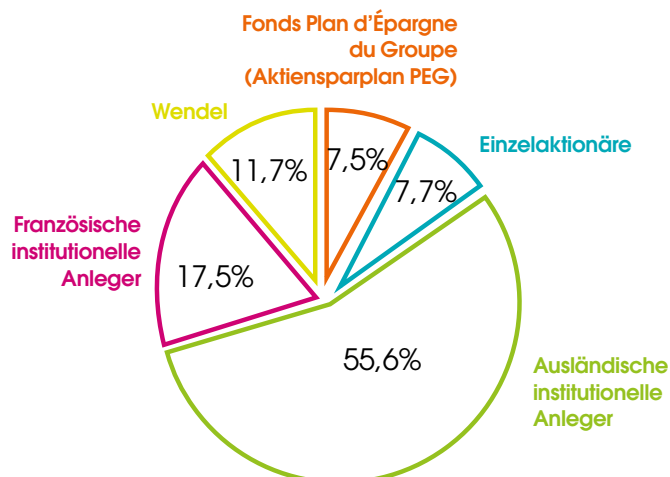


(1) Korrigierte Angaben nach der Kapitalerhöhung im März 1994 und im Februar 2009

AKTIENANZAHL (31. Dezember 2014)

561.895.566

KAPITALSTRUKTUR (31. Dezember 2014)



MEHR DAZU UNTER
www.saint-gobain.com

DIREKTION FÜR FINANZKOMMUNIKATION
actionnaires@saint-gobain.com

Tel.: +33 (0)1 47 62 33 33



Wenn Sie mehr wissen wollen, laden Sie die App für Aktionäre (Saint-Gobain Shareholder) herunter.

Unsere AKTIVITÄTEN

22% des Umsatzes



INNOVATIVE Werkstoffe

Die Hauptsparte Innovative Werkstoffe, die die Aktivitäten Flachglas und Hochleistungswerkstoffe umfasst, hält ein einzigartiges Angebot an Werkstoffen und technischen Verfahren für die Gestaltung von Lebensräumen und für die Industrie bereit.

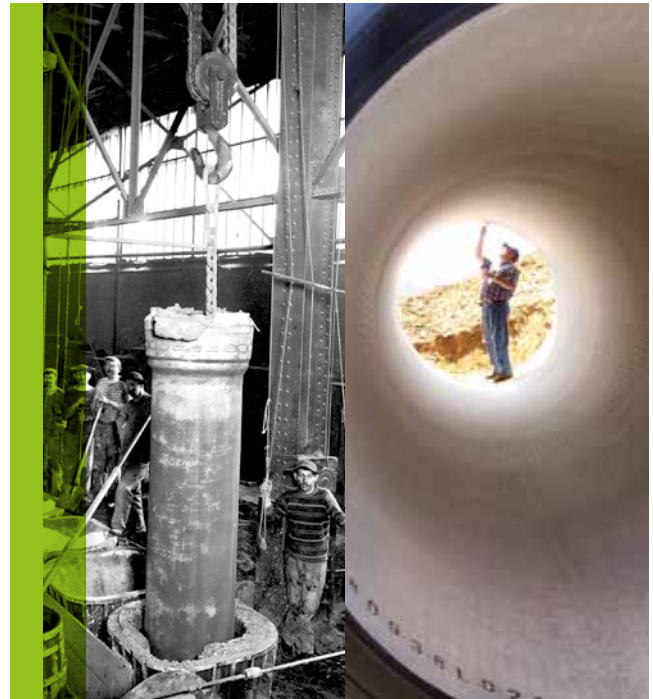
FLACHGLAS Nr. 1 in Europa Nr. 2 weltweit

- In 42 Ländern vertreten
- Mehr als 32.000 Mitarbeiter

HOCHLEISTUNGS- WERKSTOFFE Nr. 1 weltweit

- In 44 Ländern vertreten
- Mehr als 27.000 Mitarbeiter

26% des Umsatzes



BAUPRODUKTE

Die Hauptsparte Bauprodukte bietet Komfort verbessernde Lösungen für den Innenausbau und die Außengestaltung wie beispielsweise Gips, Wärmedämmung und Schallschutz, Fassadenbeschichtungen, Dächer und Rohre an.

Nr. 1 weltweit

- > Rohre aus duktilem Gusseisen
- > Gipsplatten und Gips
- > Dämmstoffe
- > Fliesenkleber

- In 58 Ländern vertreten
- Mehr als 47.000 Mitarbeiter

Nr. 1 in Europa

- > Fassadenbeschichtungen

Nr. 2 in den USA

- > Fassadenprodukte

46% des Umsatzes



BAUFACHHANDEL

Die Hauptsparte Baufachhandel kennt den Bedarf ihrer Kunden genauestens, egal ob es sich um Baufachbetriebe, private Bauherren oder Baukonzerne handelt. Sie bedient die Märkte für Neubau, Renovierung und Hausausstattung.

Nr. 1 in Europa
> Baufachhandel

- In **27** Ländern vertreten
- Mehr als **63.000** Mitarbeiter
- Rund **4400** Verkaufsniederlassungen

6% des Umsatzes



VERPACKUNG VERALLIA

Mit ihrer Marke Verallia ist die Hauptsparte Verpackung ein führender Hersteller von Flaschen für Weine und Spirituosen sowie von Glasbehältern für die Lebensmittelindustrie. Verallia ist auch auf den Bier-, Fruchtsaft-, Mineralwasser- und Speiseölmärkten sowie auf den Märkten für alkoholfreie Getränke vertreten.

Nr. 3 weltweit
> Flaschen und
Glasbehälter

- In **13** Ländern vertreten
- **10.000** Mitarbeiter

UNSERE MARKEN

nach Märkten

Saint-Gobain hat mit seinen führenden Marken das umfangreichste Industriemarkenportfolio des Bausektors. Die Unternehmensgruppe ist zudem mit unabhängigen und renommierten Handelsmarken Europas führender Baufachhändler. Zur Bedienung ihrer Industriemärkte besitzt sie außerdem Marken, die auf Hochleistungswerkstoffe spezialisiert sind und für ihr Know-how besonders geschätzt werden, insbesondere auf den Märkten für Fahrzeugglas, Schleifmittel, Polymere und Keramik.

Das Saint-Gobain-Markenlogo im Laufe der Unternehmensgeschichte



Siegel der königlichen Spiegelglasmanufaktur

Ende 17.-18.
Jahrhundert

19.-21.
Jahrhundert



Nachdem die Spiegelglasmanufaktur unter dem Ancien Régime das königliche Wappen getragen hatte, entschied sie sich im 19. Jahrhundert für ein Motiv, das die Anwesenheitsmarken der Verwaltungsratsmitglieder zierte. Die darauf abgebildete „Dame mit dem Spiegel“ signalisierte ein Luxusimage und stellte das Traditionsprodukt des Hauses Saint-Gobain, den Spiegel, in den Vordergrund. In den 1960er Jahren erfolgte eine Vereinfachung von Firmenname und Logo: der Name Saint-Gobain erschien nunmehr in einem schwarzen Kasten. Die im Laufe der Jahre modernisierte „Dame mit dem Spiegel“ blieb erhalten.



Die Entwicklung des Logos „Dame mit dem Spiegel“ von 1900 bis in die 1960er Jahre.

Mit der Fusion zwischen Saint-Gobain und Pont-à-Mousson im Jahre 1970 musste ein neues, gemeinsames Symbol gefunden werden. Das neue Logo bestand aus der berühmten, nach dem Zweiten Weltkrieg neugebauten Moselbrücke und dem Schriftzug „Saint-Gobain-Pont-à-Mousson“. 1981 wurde die Erweiterung „Pont-à-Mousson“ gestrichen.



Das alte Logo von Pont-à-Mousson mit der berühmten Brücke über der Mosel.



Das Logo von Pont-à-Mousson, gezeichnet von Jean Picart Le Doux (1960).



Das Logo von Saint-Gobain-Pont-à-Mousson nach der Fusion im Jahr 1970.

Zum 350-jährigen Bestehen wird das Saint-Gobain-Logo um ein Zahlenmotiv erweitert, das aus Linien besteht: Es erinnert an die Geschichte und Fertigungslinien der Saint-Gobain-Gruppe sowie die Verbindung zu den Mitarbeitern und Partnern.



Unsere heutigen Marken

BAUBEREICH

(79 % DES UMSATZES)

WICHTIGSTE MÄRKTE: Wohnbau und Nicht-Wohnbau (Neubau und Renovierung), Infrastruktur

FLACHGLAS

SAINT-GOBAIN

GLASSOLUTIONS
SAINT-GOBAIN

DÄMMSTOFFE

ISOVER
SAINT-GOBAIN

INNENAUSBAU UND AUSSENGESTALTUNG

CertainTeed
SAINT-GOBAIN

WERKMÖRTEL

weber
SAINT-GOBAIN

KOMPLETTSYSTEME FÜR ROHRLEITUNGEN

PAM
SAINT-GOBAIN

GIPSPLATTEN

British Gypsum
SAINT-GOBAIN

Rigips
SAINT-GOBAIN

Gyproc
SAINT-GOBAIN

Placo
SAINT-GOBAIN

AKUSTIKDECKEN

Ecophon
SAINT-GOBAIN

TECHNISCHE TEXTILIEN

ADFORS
SAINT-GOBAIN

FACHMARKEN

BRANDSCHUTZGLAS

vetrotech
SAINT-GOBAIN

ELEKTRO-CHROMES GLAS

SageGlass

FOLIEN FÜR GLÄSER

Solar Gard
SAINT-GOBAIN

ARCHITEKTUR-MEMBRANEN

Sheerfill

DIE WICHTIGSTEN HANDELSMARKEN UND DIENSTLEISTUNGSUNTERNEHMEN

FRANKREICH

POINT.P
Région de Construction

LAPEYRE

EUROPA

LA PLATEFORME DU BATIMENT

GROSSBRITANNIEN

JEWSON

Graham
The Plasterer's Merchant

SKANDINAVIEN

DÄHL
/OPTIMERA/

DEUTSCHLAND UND MITTELEUROPA

raab karcher

BRASILIEN

Telhanorte

INDUSTRIEBEREICH

(21 % DES UMSATZES)

WICHTIGSTE MÄRKTE: Industrie, Transport, Gesundheit, Energie

FAHRZEUGGLAS

SEKURIT

SCHLEIFMITTEL

NORTON
SAINT-GOBAIN

WINTER
SAINT-GOBAIN

VERPACKUNG

verallia

FACHMARKEN

FLEXIBLE SCHLÄUCHE

TYGON®

CALFLEX

GLEITLAGER

KLEBESCHÄUME

NORGLIDE
Bearings

NORBOND

POLYMER-DICHTUNGEN

OmniSeal®

KERAMIKEN FÜR ENERGIEANWENDUNGEN

NORPRO

FEUERFESTPRODUKTE

SEFPRO



SAINT- GOBAIN

überdauert

die

Epochen

..... 1684 Der Spiegelsaal im französischen Schloss
Versailles ist eines der ersten großen Projekte der
königlichen Spiegelglasmanufaktur.

350 Jahre Geschichte sind für Saint-Gobain ein guter Grund, vertrauensvoll und **gelassen** in die **Zukunft** zu blicken. Kraft seines **außerordentlichen Firmenerbes** kann das Unternehmen nicht nur langfristig planen, sondern besitzt auch die nötige Reaktivität, um sich dem **Wandel der Welt** und **der Zeiten anzupassen. Zukunftsorientiertes Handeln** bedeutet für die Unternehmensgruppe vor allem, schon heute Tag für Tag **Verantwortung zu zeigen:** für **Mitarbeiter, Kunden, Partner** und **Standorte.**

und greift der Zukunft vor



2011 Heizglas „E-GLAS“
in einer schwedischen Villa.

Eine Strategie, die die weltweiten Herausforderungen **ANTIZIPIERT**

Saint-Gobain antizipiert und begleitet die Tendenzen einer im Wandel begriffenen Welt, insbesondere auf den schon heute im Umbruch befindlichen Märkten des Bausektors und bei den Vertriebskanälen.

Komfortable energiesparende Häuser: HERAUSFORDERUNG KLIMAWANDEL

Der Klimawandel und die Verknappung natürlicher Ressourcen gehören zu den größten Herausforderungen der kommenden Jahrzehnte. Überall in der Welt werden gesetzliche Bestimmungen zur Verbesserung des Wohnkomforts und zur Einsparung von Energie eingeführt. Die Unternehmensgruppe Saint-Gobain kann bei der Entwicklung effizienter und innovativer Lösungen in den Bereichen Neubau und Renovierung auf ihr Know-how und auf das Synergiepotenzial ihrer Aktivitäten bauen, um den wachsenden Anforderungen hinsichtlich der Gebäudeenergieeffizienz und den neuen gesetzlichen Bestimmungen gerecht zu werden. Das „Multi-Komfort“-Konzept von Saint-Gobain vereint Energieeffizienz und Komfort in allen Erscheinungsformen (thermischer Komfort, visueller Komfort, raumakustischer Komfort, Gesundheit, Flexibilität und Sicherheit).

Kreislaufwirtschaft: HERAUSFORDERUNG RESSOURCENVERKNAPPUNG

Der Verbrauch natürlicher Ressourcen könnte sich bis 2050 verdreifachen. Angesichts eines derartigen Anstiegs wird von staatlicher Seite zunehmend der gesamte Lebenszyklus von Gebäuden in Betracht gezogen, der von der Gewinnung der Rohstoffe bis hin zu Abriss und Recycling reicht. Mit der Vision des verantwortungsvollen Bauens entwickelt Saint-Gobain innovative Lösungen, die zum Erhalt natürlicher Ressourcen beitragen.

Bausektor

32%

DES ENERGIEVERBRAUCHS

19%

DER TREIBHAUSEMISSIONEN

DIE ZAHLEN KÖNNTEN
SICH BIS 2050

**VERDOPPELN
ODER GAR VERDREIFACHEN.**

Quelle: 2014: Buildings. In: Climate Change 2014: Mitigation of Climate Change. Contribution of Working Group III to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change

Erschwingliches und nachhaltiges Wohnen:

HERAUSFORDERUNG BEVÖLKERUNGSWACHSTUM UND ZUNEHMENDE URBANISIERUNG

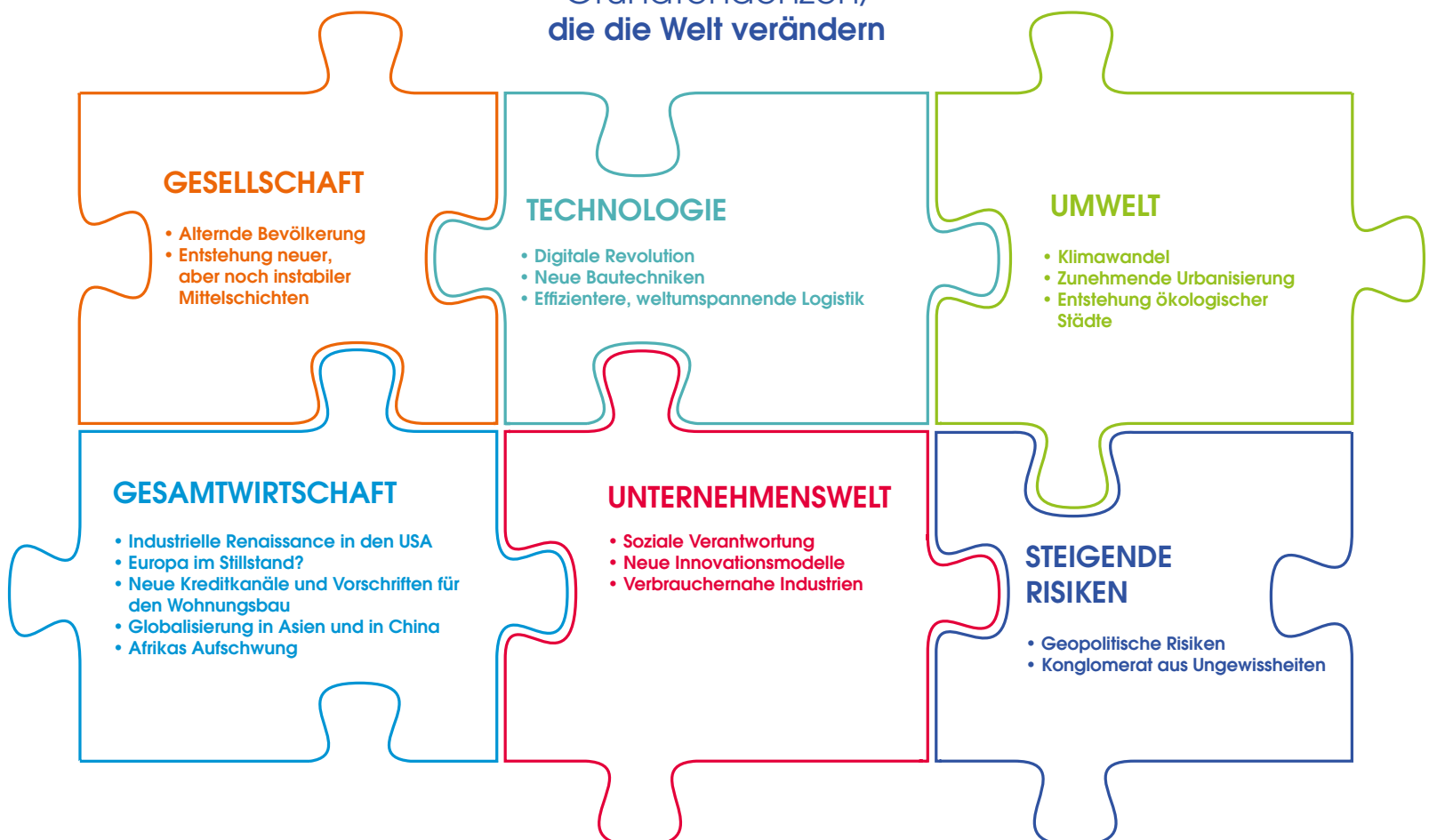
Man geht davon aus, dass die Weltbevölkerung bis zum Jahr 2050 auf 9,6 Milliarden Menschen ansteigt. Diese demografische Entwicklung wird mit einem rasanten Städtewachstum vor allem in Asien und Afrika einhergehen, das einen steigenden Bedarf an Wohnungen und Infrastrukturen mit sich bringen wird. Weltweite Präsenz und fundierte Kenntnis der lokalen Gegebenheiten sichern Saint-Gobain einen Platz auf diesem Markt mit hohem Wachstumspotenzial. Für die steigende Nachfrage nach erschwinglichem und nachhaltigem Wohnraum zur Verbesserung der Lebensqualität in städtischen Gebieten bietet die Saint-Gobain-Gruppe vorteilhafte, den lokalen Bedürfnissen angepasste Lösungen.

Digitaler Wandel:

OMNIKANAL-STRATEGIE UND „DIGITALE LEBENSRAUMGESTALTUNG“

Das digitale Zeitalter definiert den Austausch auf allen Ebenen grundlegend neu. Die digitale Integration von Gebäuden bringt technische Neuerungen im gesamten Bauwesen mit sich: Gebäudedatenmodellierung (auch Building Information Modeling oder BIM) und Gebäudeautomation tragen zur Weiterentwicklung von Werkstoffen bei, indem sie die Nachfrage nach immer „intelligenteren“ Materialien fördern. Als kundenorientiertes Unternehmen antizipiert die Saint-Gobain-Gruppe die Umschichtung ihrer Märkte, die durch die Einführung neuer digitaler Tools entsteht. Ihre Omnikanal-Strategie ermöglicht die Differenzierung des Unternehmensangebots und garantiert die optimale Präsenz ihrer Produkte und Marken.

Grundtendenzen, die die Welt verändern





UNTERNEHMENSLEITUNG

1• Pierre-André de CHALENDAR*
Präsident und Generaldirektor

2• Benoît BAZIN
Stellvertretender Generaldirektor, Leiter
der Hauptsparte Baufachhandel

3• Jean-Claude BREFFORT
Stellvertretender Generaldirektor,
zuständig für Internationale Entwicklung

4• John CROWE
Stellvertretender Generaldirektor,
Generaldelegierter für Nordamerika

5• Jean-Pierre FLORIS
Stellvertretender Generaldirektor, Leiter
der Hauptsparte Verpackung und
Supervisor der Hauptsparte Innovative
Werkstoffe

6• Laurent GUILLOT*
Finanzdirektor

7• Peter HINDLE
Stellvertretender Generaldirektor,
zuständig für Nachhaltige
Lebensraumgestaltung und
Generaldelegierter für Großbritannien,
Irland, Südafrika, Mosambik, Namibia
und Simbabwe.

8• Claude IMAUVEN
Stellvertretender Generaldirektor, Leiter
der Hauptsparte Bauprodukte

9• Claire PEDINI*
Stellvertretende Generaldirektorin,
Personaldirektorin

10• Jean-François PHELIZON
Stellvertretender Generaldirektor,
Direktor Internes Audit und Controlling

11• Antoine VIGNIAL*
Generalsekretär, zuständig für Soziale
Unternehmensverantwortung

*Mitglieder des Exekutivausschusses

VERWALTUNGSRAT (Stand: 1. Januar 2015)

Pierre-André de CHALENDAR
Präsident und Generaldirektor der
Compagnie de Saint-Gobain

Isabelle BOUILLOT
Präsidentin von China Equity Links

Alain DESTRAIN
Arbeitnehmervertreter im
Verwaltungsrat

Jean-Martin FOLZ
Verwaltungsratsmitglied
in verschiedenen
Gesellschaften

Bernard GAUTIER
Vorstandsmitglied von Wendel

Anne-Marie IDRAC
Ehemalige Staatssekretärin für den
Außenhandel, Beraterin

Sylvia JAY
Verwaltungsratsmitglied in
verschiedenen Gesellschaften

Pamela KNAPP
Verwaltungsratsmitglied in
verschiedenen Gesellschaften

Pascal LAÏ
Arbeitnehmervertreter im
Verwaltungsrat

Agnès LEMARCHAND
Verwaltungsratsmitglied in
verschiedenen Gesellschaften

Frédéric LEMOINE
Vorstandsvorsitzender von Wendel

Gérard MESTRALLET
Präsident und Generaldirektor von GDF
Suez

Jacques PESTRE
Stellvertretender Generaldirektor von
SGDB France; Vorsitzender des
Aufsichtsrates des FCPE Saint-Gobain
PEG France und Verwaltungsrats-
mitglied als Vertreter der
Belegschaftsaktionäre

Olivia QIU
Direktorin Strategie und Innovation
von Philips Lighting, Executive
Vice-President von Philips

Denis RANQUE
Vorsitzender des Verwaltungsrates der
Airbus Group

Gilles SCHNEPP
Präsident und Generaldirektor von
Legrand

Jean-Dominique SENARD
Präsident von Michelin

Philippe VARIN
Vorsitzender des Verwaltungsrates
von Areva

Sekretär des Verwaltungsrates:
Antoine VIGNIAL
Generalsekretär der Compagnie
de Saint-Gobain

Corporate Governance

BEREICHSDIREKTIONEN

Sophie CHEVALLON
Kommunikationsdirektorin

Fabrice DIDIER
Marketingdirektor

Delphine GENY-STEPHANN
Direktorin Plan und Strategie

Didier ROUX
Direktor Forschung & Entwicklung
und Innovation

LEITER DER HAUPTSPARTEN

Benoît BAZIN
Leiter der Hauptsparte Baufachhandel

Patrick DUPIN
Leiter der Sparte Flachglas
(Innovative Werkstoffe)

Jean-Pierre FLORIS
Leiter der Hauptsparte Verpackung

Benoît d'IRIBARNE
Leiter der Sparte
Hochleistungswerkstoffe
(Innovative Werkstoffe)

Claude IMAUVEN
Leiter der Hauptsparte
Bauprodukte

GENERALDELEGIERTE

Dominique AZAM
Generaldelegierter für Mexiko,
Mittelamerika, Venezuela, Kolumbien,
Ecuador und Peru

John CROWE
Generaldelegierter
für Nordamerika

Hartmut FISCHER
Generaldelegierter
für Mitteleuropa

Javier GIMENO
Generaldelegierter
für Asien-Pazifik

Peter HINDLE
Generaldelegierter für Großbritannien,
Irland, Südafrika, Mosambik, Namibia
und Simbabwe

Thierry FOURNIER
Generaldelegierter für Brasilien,
Argentinien und Chile

Thierry LAMBERT
Generaldelegierter für die nordischen
und baltischen Länder

Anand MAHAJAN
Generaldelegierter für Indien,
Sri Lanka und Bangladesch

François-Xavier MOSER
Generaldelegierter für Polen,
Bulgarien und Rumänien

Gonzague de PIREY
Generaldelegierter für Russland,
die Ukraine und die Länder der
Gemeinschaft Unabhängiger Staaten

Ricardo de RAMON GARCIA
Generaldelegierter für Spanien,
Portugal, Marokko, Algerien
und Tunesien

Tomáš ROSAK
Generaldelegierter für die Tschechische
Republik, die Slowakei, Ungarn und die
ostadriatischen Länder

Gianni SCOTTI
Generaldelegierter für Italien,
Griechenland, Ägypten, die Türkei
und Libyen

Eine Politik

der sozialen Verantwortung

MIT FÜNF SCHWERPUNKTEN

SCHWERPUNKT 1

Saint-Gobain bietet Lösungen, die den Anforderungen des nachhaltigen Bauens gerecht werden. Um die Referenz in der nachhaltigen Lebensraumgestaltung zu werden, entwickelt Saint-Gobain innovative Lösungen für Bau und Renovierung, die dem Energiesparen, dem Komfort, der Gesundheit der Bewohner sowie ästhetischen Gesichtspunkten Rechnung tragen und zudem die natürlichen Ressourcen schonen.

Entwicklung nachhaltiger Lebensräume



Differenzierung auf den Industriemärkten

Die Industrieunternehmen von Saint-Gobain entwickeln Lösungen, die den gesamten Lebenszyklus ihrer eigenen Produkte sowie der Produkte ihrer Kunden beeinflussen, und verfolgen dabei einen dreigleisigen Ansatz: wirtschaftlich, sozial und umweltrelevant.

SCHWERPUNKT 2





.... *Mehr zu unserem Engagement*
unter www.saint-gobain.com

SAINT-GOBAIN ÜBERDAUERT DIE EPOCHEN UND GREIFT DER ZUKUNFT VOR

SCHWERPUNKT 3



Begren- zung von Saint-Gobains Umweltauswirkungen

Die Saint-Gobain-Gruppe garantiert die nachhaltige Entwicklung ihrer Unternehmensaktivitäten und achtet dabei darauf, dass Prozesse und Dienstleistungen für die Dauer ihres gesamten Lebenszyklus möglichst geringe Umweltauswirkungen haben. Sie setzt sich bewusst für die Erhaltung und Verfügbarkeit natürlicher Ressourcen ein. Sie will den Anforderungen aller Beteiligten Rechnung tragen, ihren Kunden höchstmöglichen Mehrwert garantieren und die Umwelteinflüsse auf ein Minimum reduzieren.

SCHWERPUNKT 5

SCHWERPUNKT 4



Förderung der beruflichen Entfaltung

Saint-Gobain setzt alles daran, das Engagement und die Zufriedenheit seiner Mitarbeiter zu fördern. Vorbildliches Management, sozialer Dialog, Respekt gegenüber den Menschen sowie Gesundheit und Sicherheit seiner Mitarbeiter bilden die Handlungsgrundlagen.

Saint-Gobain sorgt dafür, dass die Wertschöpfung an allen Standorten des Unternehmens möglichst vielen zugutekommt. In ihrem Handeln berücksichtigt die Unternehmensgruppe die langfristige lokale Entwicklung. Neue Standorte respektieren das lokale Umfeld und werden im stetigen Dialog mit den Behörden und allen Beteiligten aufgebaut.

Beitrag zur Entwicklung des lokalen Umfelds und Einwirken auf die gesamte Wertschöpfungskette



WEGWEISENDE Projekte

2014 Frankreich
Glasboden im ersten Stock
des Eiffelturms.

Seit Gründung der königlichen Spiegelglasmanufaktur im Jahr 1665 war Saint-Gobain immer wieder an großen Neuerungen auf dem Gebiet der Architektur beteiligt. Die Produkte des Unternehmens sind in zahlreichen prestigeträchtigen und innovativen Bauprojekten zu finden, vom Spiegelsaal des Versailler Schlosses über die Freiheitsstatue bis hin zum Glasboden im ersten Stock des Eiffelturms.



.... 2011 Russland

Akustikplatten, Dämmstoffe auf Glaswollebasis und Mörtel zur Renovierung des Moskauer Bolschol-Theaters.

2013 USA

Brandschutzverglasung für die New Yorker Freiheitsstatue.



1989 Frankreich
Glas für die Pyramide des Pariser Louvre.



1983 Frankreich
Mörtel für Lascaux 2.





.... 2010 Großbritannien
Gipsprodukte für die Treppe des Aviator Hotels
in Farnborough.



1931 Italien
*Rohre für
das Gasversorgungssystem
der Stadt Florenz.*



2009 Finnland
*Heizglas im Hotel Kakslautanen
in Saariselkä.*



.... 2014 Großbritannien
*Glasboden für die Fußgängerbrücke
der Londoner Tower Bridge.*



.... 2008 USA
Glas für den TKTS-Kiosk
in New York.

2006 China

*Dämmung und Verglasung des Nationalen
Zentrums für Darstellende Künste in Peking.*



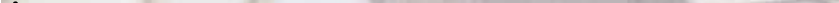
1998 Malaysia

*Brandschutzgipsplatten für die
Petronas Towers in Kuala Lumpur.*



1970 Brasilien

Glaskuppel der Kathedrale von Brasilia.



Eine

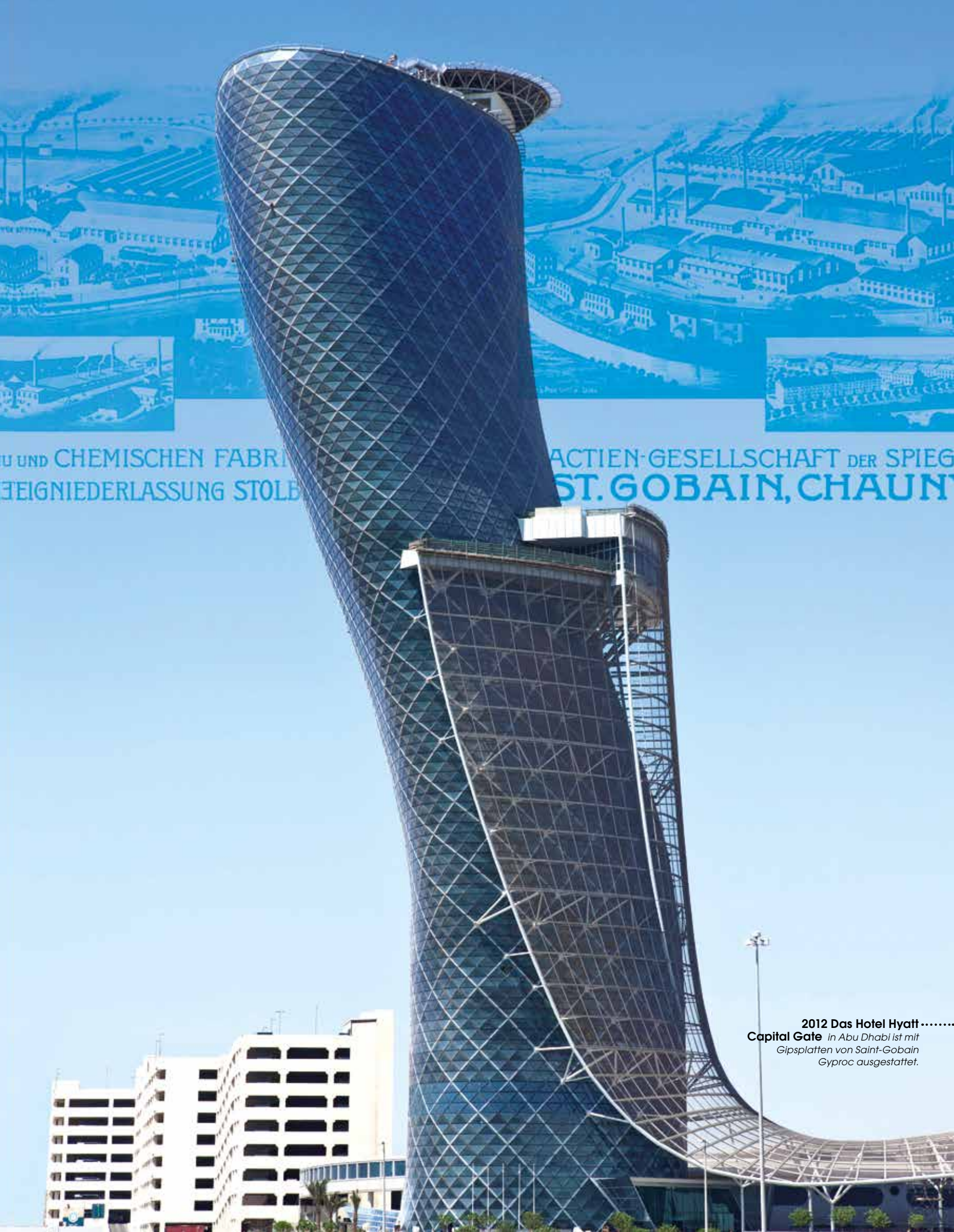
WELT

ohne
Grenzen



ACTIEN-GESELLSCHAFT DER SPIEGELMANUFACTUREN
ST. GOBAIN, CHAUNY & CIREY. ZW.

Saint-Gobain ist seit 350 Jahren gleichzeitig Beobachter und Akteur in einer Welt ohne Grenzen. Seit **ihrer ersten Niederlassung in den 1850er Jahren in Deutschland** treibt die Unternehmensgruppe ihren internationalen Ausbau unablässig voran, um den lokalen Märkten **maßgeschneiderte Lösungen** bieten zu können. Sie glaubt an das Potenzial eines jeden Landes und wird sowohl den **Anforderungen der Industriestaaten** als auch den **rasant steigenden Bedürfnissen der wachstumsstarken Länder gerecht**. Die Saint-Gobain-Gruppe ist heute **in 64 Ländern** industriell **vertreten**, wo sie sich kontinuierlich vom **kulturellen Reichtum** der jeweiligen **Region inspirieren** lässt.



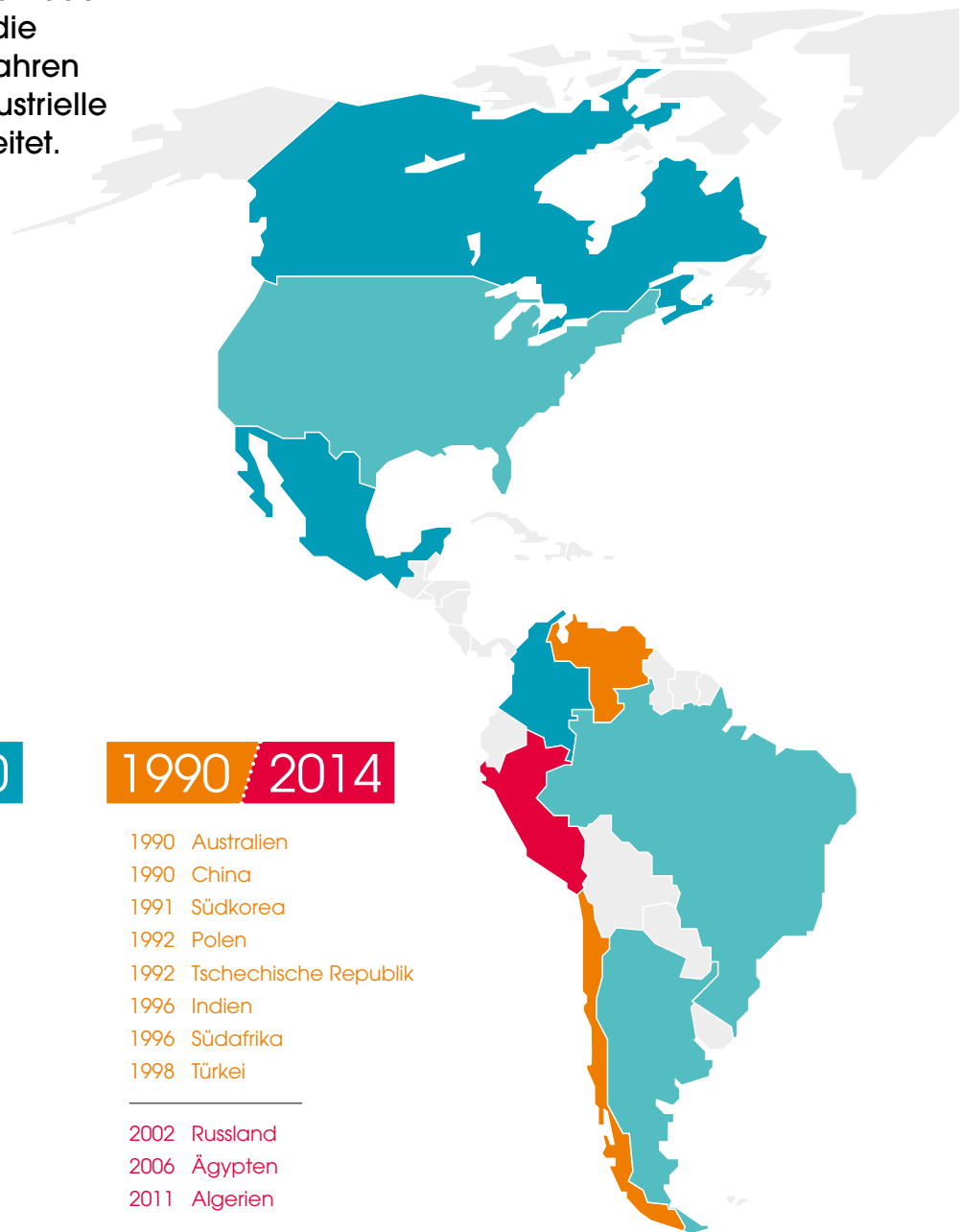
U UND CHEMISCHEN FABRI
FEIGNIEDERLASSUNG STOLB

ACTIEN-GESELLSCHAFT DER SPIEG
ST. GOBAIN, CHAUN

2012 Das Hotel Hyatt
Capital Gate in Abu Dhabi ist mit
Gipsplatten von Saint-Gobain
Gyproc ausgestattet.

Eine global ausgerichtete UNTERNEHMENSGRUPPE

Bis in die 1950er Jahre blieb Saint-Gobain überwiegend auf den europäischen Markt ausgerichtet, erschloss sich anschließend jedoch durch zahlreiche neue Niederlassungen und Aufkäufe auch die anderen Kontinente. Seit den 1980er Jahren hat die Unternehmensgruppe ihre industrielle Präsenz von 18 auf 64 Länder ausgeweitet.



1665 / 1905

1665 Frankreich

1858 Deutschland

1889 Italien

1898 Belgien

1904 Niederlande

1905 Spanien

1905 / 1990

1938 Argentinien

1958 USA

1960 Brasilien

1962 Portugal

1970 Mexiko

1974 Japan

1985 Großbritannien

1990 / 2014

1990 Australien

1990 China

1991 Südkorea

1992 Polen

1992 Tschechische Republik

1996 Indien

1996 Südafrika

1998 Türkei

2002 Russland

2006 Ägypten

2011 Algerien

1858

Deutschland

NACH DER FUSION MIT DEM GLASHERSTELLER SAINT-QUIRIN

wird Saint-Gobain Eigentümer der 1853 gegründeten Glashütte Mannheim-Waldhof.

1958

USA

GRÜNDUNG VON AMERICAN SAINT-GOBAIN (FLACHGLAS).

1967 Gründung eines Joint Venture mit CertainTeed (Dämmstoffe). Übernahme von CertainTeed im Jahr 1976. Bereits 1830 hatte Saint-Gobain ein Glaslager in New York eingerichtet.

1960

Brasilien

ÜBERNAHME VON SANTA MARINA (GLÄSER UND VERPACKUNG).

Das Unternehmen Pont-à-Mousson, das 1970 mit Saint-Gobain fusioniert, ist seit 1937 in Brasilien vertreten!

2009

Mittlerer Osten

ÜBERNAHME VON SODAMCO (MÖRTEL)

Saudi-Arabien, Vereinigte Arabische Emirate, Jordanien, Kuwait, Libanon, Katar und Syrien.

1990

China

GRÜNDUNG VON ZHONGPU ELECTRO REFRACTORIES

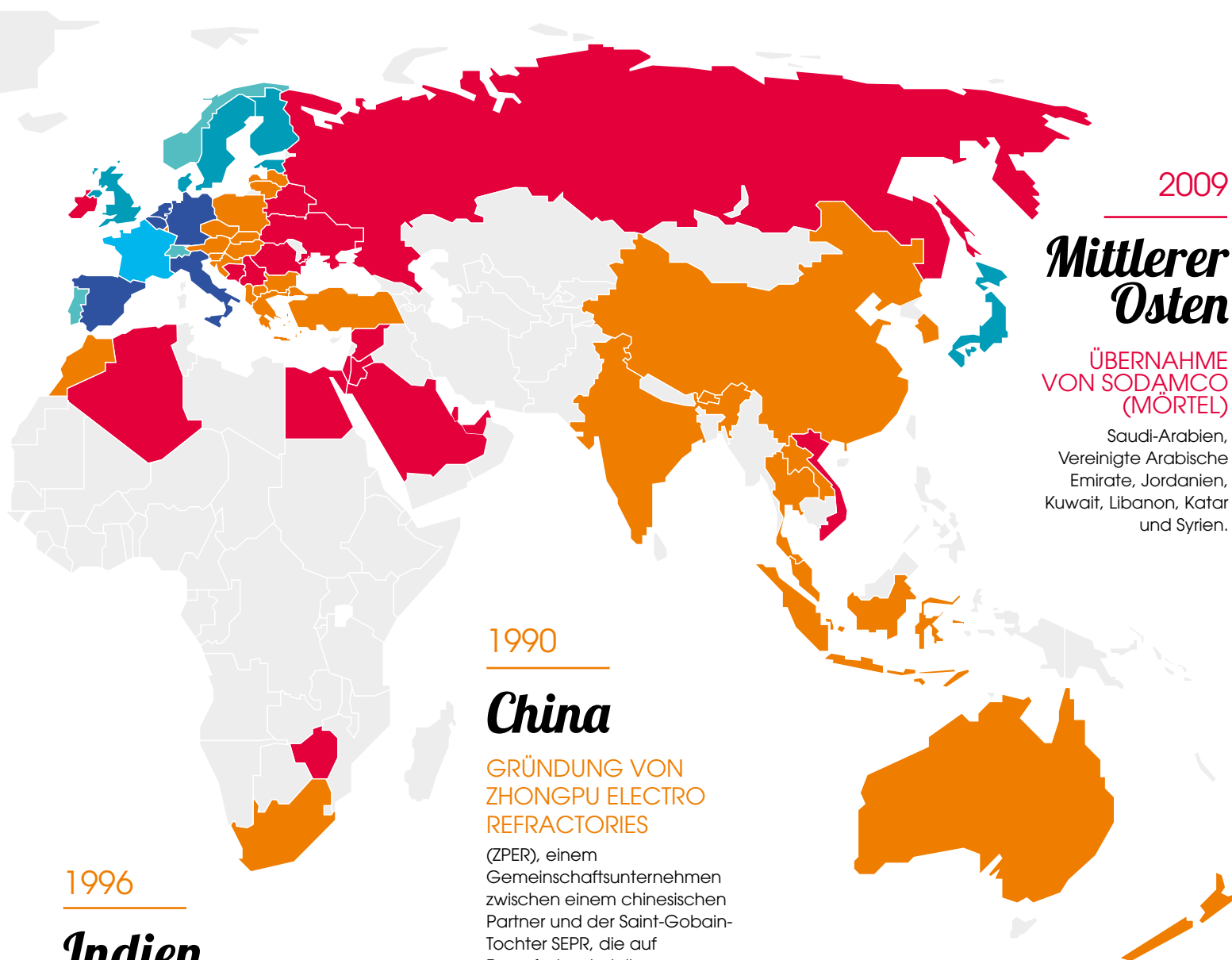
(ZPER), einem Gemeinschaftsunternehmen zwischen einem chinesischen Partner und der Saint-Gobain-Tochter SEPR, die auf Feuerfestmaterialien (Hochleistungswerkstoffe) spezialisiert ist. Saint-Gobain hatte 1985 ein Vertriebsbüro in China eröffnet.

1996

Indien

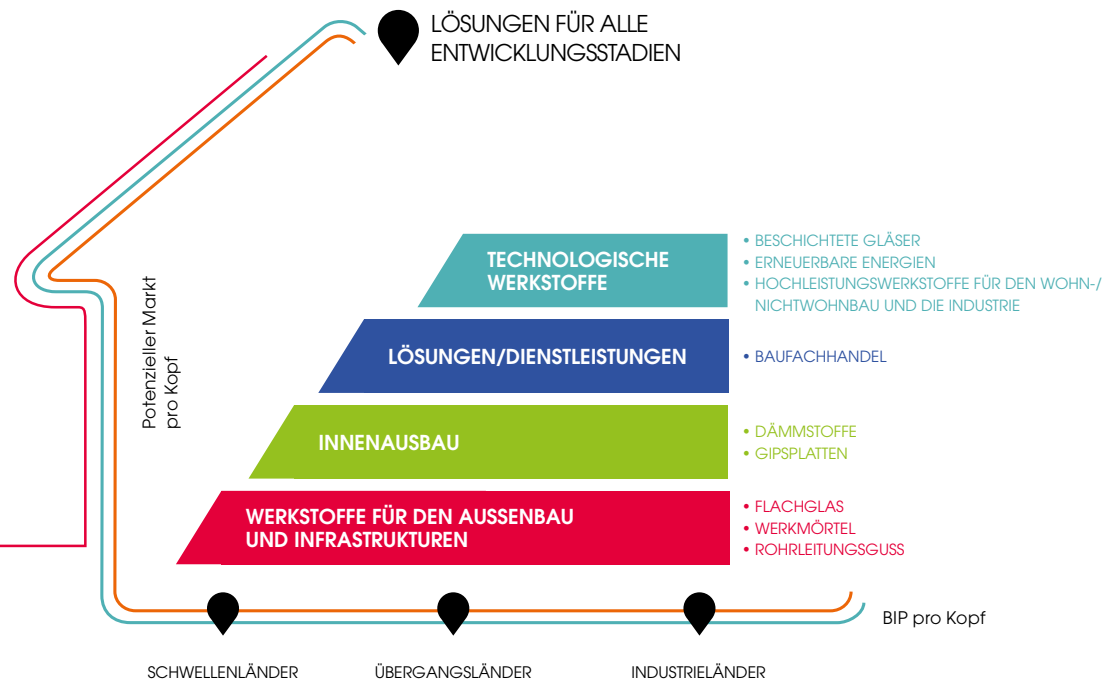
AKQUISITION VON GRINDWELL NORTON

Hochleistungswerkstoffe: Schleifmittel und Feuerfestmaterialien.



Globale PRÄSENZ, lokale Lösungen

Die Saint-Gobain-Gruppe ist ein multiregionaler Akteur, der lokale Märkte bedient. Sie bietet Lösungen, die den unterschiedlichen Stadien der wirtschaftlichen Entwicklung sowie den jeweiligen regionalen Klimabedingungen gerecht werden. In ihren großen F&E-Zentren und rund 100 Entwicklungsabteilungen in aller Welt entwickelt sie neue Produkte, die die Anforderungen von Kunden und lokalen Märkten möglichst genau erfüllen.



Südafrika

GELUNGENER EINSATZ TRADITIONELLER BAUSTOFFE

Saint-Gobain Gyproc hat die Luxusvilla Stand 47 auf der Monaghan Farm konzipiert. Sie verbindet traditionelle südafrikanische Baustoffe mit einer hochmodernen, dem regionalen Ambiente angepassten Architektur.



www.stand47.co.za



Brasilien und Katar

WASSERVERSORGUNG

Saint-Gobain stellt die Wasserversorgung in Städten sicher, insbesondere in wachstumsstarken Ländern mit rasantem Städtewachstum. Die Großaufträge von Saint-Gobain PAM umfassten unter anderem 400 km Rohrleitungen in Brasilien und 95 km in Katar.



China

INSPIRATION DURCH REGIONALE BAUSTOFFE

Für die Trinkwasserversorgung hat Saint-Gobain PAM China PAMboo auf den Markt gebracht, Rohre aus duktilem Gusseisen, die optisch an Bambus erinnern, das traditionell für den Wassertransport verwendete starke, flexible Naturmaterial.



Belgien

DÄMMUNG ÖKOLOGISCHER STADTVIERTEL

ISOVER und Saint-Gobain Gyproc entwickelten die Baulösungen für das Balk van Beel-Gebäude im zukunftsweisenden Ökoviertel Tweewaters in Leuven.

Frankreich

NEUE TRENDS SETZEN

Der Fensterhersteller K PAR K präsentiert seine neue, von der Designerin Bina Bartei entworfene Türenkollektion.

SAINT-GOBAIN

vertraut auf das Potenzial aller Länder

Auch wenn Europa Saint-Gobains größter Markt bleibt, so treibt die Unternehmensgruppe gleichzeitig auch den Ausbau ihrer weltweiten Präsenz voran. Um das Wachstumspotenzial zu nutzen, erhöht Saint-Gobain daher den Anteil an Investitionen außerhalb Westeuropas.



USA

SAINT-GOBAIN HAT MIT
PHOENIX COATING
RESOURCES UND Z-TECH
ZWEI NEUE HERSTELLER

von Keramiken übernommen, die die Luftfahrtindustrie beliefern. Die Akquisitionen sind Teil der Unternehmensstrategie, die darauf abzielt, Saint-Gobains Position bei Hochleistungslösungen auf Wachstumsmärkten auszubauen.



Mexiko

DAS WERK SAINT-GOBAIN
SEKURIT MEXICO IN
CUAUTLA

konnte seine Kapazitäten innerhalb von vier Jahren verdoppeln und begleitend zum starken Wachstum des amerikanischen Marktes eine Jahresproduktion von 2,4 Millionen Komplettfahrzeugverglasungen (Car sets) erreichen.



Norwegen

DIE HANDELSMARKE OPTIMERA

hat in Sandmoen eine neue logistische Plattform eröffnet. Mit 6100 m² ist sie landesweit eines der größten Gebäude für den Baustoffhandel.

Indien

SAINT-GOBAIN GLASS

hat in Indien seine vierte Floatanlage in Betrieb genommen. Sie produziert jährlich 300.000 Tonnen Klarglas, getöntes Glas und Sonnenschutzglas, überwiegend für den heimischen Bau- und Automobilsektor.



Afrikanische Länder südlich der Sahara

Saint-Gobain hat in Ghana und Kenia zwei aktivitätsübergreifende Vertriebsbüros eröffnet, die den Ausbau des eigenen Vertriebsnetzes in West- und Ostafrika beschleunigen sollen.



Brasilien

SAINT-GOBAIN HAT IN BRASILIEN DAS 17. UND DAS 18.

Mörtelwerk der Marke Weber eröffnet. In Feira de Santana im Bundesstaat Bahia wurde eine Produktionsstätte für Placo-Gipsplatten in Betrieb genommen.



La Maison de l'An Deux Mille

NACH HAL T GE

Lebensraum-
gestaltung

1913 Pont-à-Mousson
entwirft das
„Haus des Jahres 2000“.

Seit 350 Jahren agiert Saint-Gobain zukunftsorientiert. Seine heutige **Strategie der nachhaltigen Lebensraumgestaltung** gibt Antworten auf die Anforderungen der **Energiewende** und des **Umweltschutzes**. Weltweit führend in der Gestaltung von Lebensräumen **nutzt die Unternehmensgruppe das Know-how** ihrer Marken zur Bereitstellung von Lösungen für **energiesparende** Gebäude und die **Verbesserung des Wohnkomforts**. Sie bietet Baustoffe und Lösungen für nachhaltiges Bauen und **fördert die Schulung ihrer Kunden**. Mit ihrer Vision der Lebensraumgestaltung nimmt die Saint-Gobain-Gruppe **Einfluss auf nachhaltige Bauweisen**.

2007 Saint-Gobain
konzentriert seine Strategie auf die
Lebensraumgestaltung.



zum Greifen
nah

LEBENSRAUMGESTALTUNG

von 1665 bis 2065



KLASSISCHES GEBÄUDE
Ende des 18. Jahrhunderts



PARISER GEBÄUDE
Ende des 19. Jahrhunderts



VILLA
1920er bis 1930er Jahre



MODERNES GEBÄUDE
1950er bis 1960er Jahre

Die technologischen Errungenschaften des 1665 gegründeten Unternehmens prägten mehr als drei Jahrhunderte technischen Fortschritts und architektonischer Neuerungen.

› **Ende des 18. Jahrhunderts** verschönern und erhellen die Spiegel der königlichen Manufaktur die Innenräume der Wohngebäude, die fortan in eigenständige Wohneinheiten aufgeteilt sind.

› **Ende des 19. Jahrhunderts** sorgen die Rohre von Pont-à-Mousson dafür, dass Wasser und Gas zu den Häusern transportiert werden. In der gleichen Zeit liefern Händler wie Brossette, Jewson und Dahl neue Baumaterialien (Metalle, Zement, die ersten Werkmörtel).

› **In der Zeit zwischen** den beiden Weltkriegen entdecken avantgardistische Architekten das Glas als eigenständiges Baumaterial, das immer vielfältiger genutzt wird (Spiegel, Verglasungen, Glasbausteine und Pflastersteine, elektrische Isolatoren, dekorative Gläser, Möbelgläser aus vorgespanntem Glas).

› **Nach dem Zweiten Weltkrieg** standardisiert Saint-Gobain seine Werkstoffe, um der Nachfrage durch den Wiederaufbau nachzukommen. Die Fertigbauweise ermöglicht rascheres und wirtschaftlicheres Bauen. Zahlreiche neue Materialien wie Kunststoffe, Glaswolle und Gipsplatten werden entwickelt.

› **In den 1970er Jahren**, nach der Ölkrise, rückt bei Gebäuden das Energiesparen stärker in den Vordergrund: Für den Wärme- und Schallschutz wird zunehmend ISOVER-Glaswolle verwendet.

*Erleben Sie die Geschichte unserer Innovationen
in der Lebensraumgestaltung!*

BESUCHEN SIE DIE AUSSTELLUNG ZU UNSEREM
350-JÄHRIGEN BESTEHEN!

www.saint-gobain350jahre.com



EINFAMILIENHAUS
1970er bis 1980er Jahre



MULTI-KOMFORT-HAUS
2015

DAS HAUS DER ZUKUNFT
2065



In zahlreichen Ländern müssen neu erbaute Häuser in Zukunft so genannte Plusenergiehäuser sein. Sie müssen also mehr Energie produzieren als sie verbrauchen. Saint-Gobain greift schon heute dieser Forderung vor, indem es mit seinen Produkten sogenannte Multi-Komfort-Häuser baut, die bauliche Ästhetik, Umweltfreundlichkeit und Komfort für die Bewohner vereinen.

Für 2065 stellt sich Saint-Gobain vernetzte Lebensräume vor, die sich selbst steuern und ihre Bewohner erkennen. Mörtel von Weber wechseln je nach Wetterlage die Farbe. SageGlass®-Aktivverglasungen mit variabler Tönung passen sich den natürlichen Lichtverhältnissen an und fungieren als Display. Mobile Trennwände mit eingebauten Lautsprechern ermöglichen eine modulare Raumaufteilung.

Die Referenz

IN DER NACHHALTIGEN Lebensraumgestaltung

Saint-Gobain hat die strategische Entscheidung getroffen, die Referenz in der nachhaltigen Lebensraumgestaltung zu werden, sowohl im Wohnbau als auch im Nichtwohnbau und bei Büro- und Verwaltungsgebäuden. Darüber hinaus ist die Unternehmensgruppe auch auf wachstumsstarken Industriemärkten sowie auf bestimmten Konsumgütermärkten positioniert. Die Verbesserung der Lebensräume und des täglichen Lebens sind ihre Ziele.

Nahezu
80%

DES GRUPPENUMSATZES
*entfallen auf die Märkte der
Lebensraumgestaltung.*



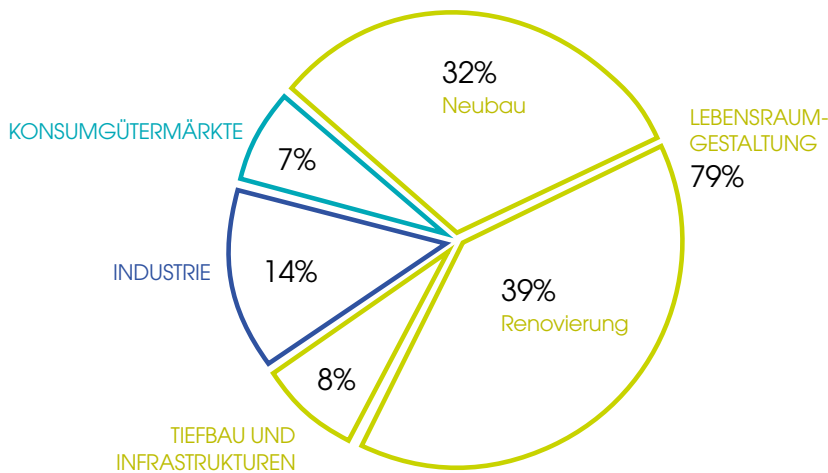
Eine einzigartige Positionierung, um die Entwicklung der Märkte des Bausektors zu begleiten

Für Saint-Gobain hat ein nachhaltiges Gebäude in erster Linie dem **Multi-Komfort-Konzept** zu entsprechen: Es muss nicht nur energiesparend sein, sondern vor allem den Anforderungen seiner Bewohner gerecht werden. Saint-Gobain versteht sich als aktiver Botschafter des nachhaltigen Bauens

und bemüht sich darum, die Erwartungen aller Beteiligten einzubeziehen und an der Erstellung von Baunormen mitzuwirken. Die in 38 Ländern vertretenen bereichsübergreifenden „Habitat“-Organisationen gewährleisten Dialog und Koordinierung zwischen den

einzelnen Saint-Gobain-Marken und streben die Entwicklung eines gemeinsamen, bereichsübergreifenden Angebots im Bereich der Lebensraumgestaltung an. Das Netz der Saint-Gobain-Vertriebsmarken sorgt für Kundennähe, eine notwendige Voraussetzung für das effiziente Antizipieren von Kundenwünschen. Dazu gehört auch ein umfassendes Schulungsprogramm über die neuesten Techniken des nachhaltigen Bauens und die von Saint-Gobain angebotenen Lösungen.

Dank seinem umfassenden Portfolio an Lösungen und dem Synergiepotenzial seiner Aktivitäten gelingt es Saint-Gobain, sein Angebot immer dem neuesten Stand der Bautechnologien anzupassen, insbesondere im Bereich Gebäudedatenmodellierung (BIM). Zudem hat durch das Internet ein tiefgreifender Wandel in den Beziehungen der Unternehmensgruppe zu ihren Kunden stattgefunden. Alle Saint-Gobain-Aktivitäten haben zur Differenzierung ihres Angebots und für optimale Markensichtbarkeit digitale Strategien eingeführt. Im Baufachhandel verfolgt Saint-Gobain einen Omnikanal-Ansatz mit E-Commerce-Diensten, die sich auf hochmoderne logistische Lösungen stützen.



— **DIE MÄRKTE DER SAINT-GOBAIN-GRUPPE** —
(Umsatzverteilung nach Märkten)

Höchste Effizienz auf Hightech-Märkten

Mit sich gegenseitig ergänzenden **strategischen Positionen** in Baustofftechnologien und Hochleistungswerkstoffen ist Saint-Gobain einzigartig aufgestellt. Die Hauptsparte Innovative Werkstoffe entwickelt Lösungen mit hohem Mehrwert für zahlreiche spezifische Anwendungen sowohl im Bausektor als auch in der Industrie. Aufgrund ihrer Fachkompetenz in einer Vielzahl von Technologien kann die Saint-Gobain-Gruppe die

Komplementarität der drei Werkstofffamilien Mineralische Keramiken, Hochleistungspolymere und Glasfasergewebe optimal nutzen. Ein hohes Innovationspotenzial, leistungsstarke Teams aus Anwendungsingenieuren und bestes Know-how bei den Materialverarbeitungsprozessen: Dank dieser Stärken kann Saint-Gobain in enger Zusammenarbeit mit den Kunden Lösungen vorlegen, die speziell auf die Anforderungen so

dynamischer Märkte wie Automobil- und Luftfahrtindustrie, Gesundheit und Energie zugeschnitten sind. Die Kombination von Ko-Entwicklung, Forschung und Innovation leistet einen erheblichen Beitrag zur Steigerung des Umsatzes und der Gewinnspannen von Saint-Gobain. Gleichzeitig unterstützt sie die Strategie der Differenzierung, die die Unternehmensgruppe auf diesen Märkten verfolgt.

Unsere Aktivitäten im Dienst DER LEBENSRAUMGESTALTUNG

Saint-Gobain entwickelt innovative Lösungen, mit denen sich die Lebensraumqualität verbessern und die Umweltauswirkungen von Gebäuden auf ein Minimum reduzieren lassen. Diese Lösungen reichen von der Gebäudefassade bis hin zum Innenausbau. Aufgrund seiner detaillierten Kenntnis der Kundenanforderungen fungiert der Baufachhandel dabei als treibende Kraft der von Saint-Gobain verfolgten Strategie der nachhaltigen Lebensraumgestaltung.

Ein einzigartiges Angebot an Produkten und Lösungen für den Bausektor

- **Im Rahmen der Aktivität Flachglas produziert Saint-Gobain Glass** Flachglas, Klarglas, Gussgläser, Verbundsicherheitsglas, beschichtetes und farbiges Glas für den Bausektor. **Glassolutions** umfasst ein Netzwerk aus glasverarbeitenden und glashandelnden Unternehmen für zahlreiche Anwendungen wie Fassaden, große Architekturprojekte, städtische Einrichtungen, Industrieschreinerei, Möbel, Badezimmerelemente und Inneneinrichtung.
- **Die Aktivität Gips** baut Gips ab und verarbeitet diesen weiter zu einer breiten Produktpalette für Bauprojekte und Dekor Zwecke, wie zum Beispiel Trennwände, Wandbeschichtungen, Decken und Böden.
- **Die Aktivität Dämmstoffe** entwickelt Lösungen auf Basis von Mineralwolle

sowie Polystyrol- und Polyurethanschäumen, vorrangig zur Dämmung der Gebäudehülle (Dächer, Wände, Böden), aber auch zur Isolierung von Heizungs- und Klimatisierungssystemen.

- **Die Aktivität Produkte für die Außengestaltung** bietet spezifische Produkte für den Bau nordamerikanischer Häuser wie Dächer, Fassaden und Außenelemente.
- **Die Aktivität Werkmörtel** bietet eine breite Palette von Lösungen für Dekorationszwecke, für den Schutz und die Dämmung von Fassaden sowie für das Verlegen von Fliesen und Estrichen.
- **Die Aktivität Hochleistungswerkstoffe** bietet Lösungen für zahlreiche Anwendungen des Bausektors. **Schleifmittel** werden zum Schneiden

von Betonwänden und -böden, zum Parkettschleifen oder zur dekorativen Endbearbeitung verwendet. Folien, Schaumprodukte und beschichtete Gewebe der **Aktivität Hochleistungskunststoffe** kommen ebenfalls bei Bauprojekten zum Einsatz. **Saint-Gobain Adfors** wiederum fertigt Glasgitter für Wärmedämmverbundsysteme, Glasfasertapeten, Fugenbänder sowie Glasvlies für die Wärmedämmung und Insektenschutzgitter.

- **Die Aktivität Rohrleitungsguss** bietet Komplettsysteme für den Wassermarkt: Rohrleitungssysteme aus duktilem Gusseisen, Kanalgußteile sowie Entwässerungssysteme für Gebäude.

Der Baufachhandel, eine treibende Kraft der Saint-Gobain-Strategie

Saint-Gobains Anspruch, die Referenz in der nachhaltigen Lebensraumgestaltung zu werden, schlägt sich auch in der Handelsaktivität der Unternehmensgruppe nieder. Der Baufachhandel ist mit seiner genauen Kenntnis der Kundenwünsche eine treibende Kraft der Saint-Gobain-Strategie.

Das Saint-Gobain-Filialnetz setzt sich aus **starken, einander ergänzenden Handelsmarken** zusammen: Generalisten oder Spezialisten, deren Zielkunden Handwerker, kleine und mittelständische Unternehmen, private Bauherren und Baukonzerne sind. Die einzelnen Marken sind in ihrem lokalen Markt verankert und damit so aufgestellt, dass sie dem spezifischen Bedarf ihrer Kunden und Märkte gerecht werden.

Um diese Kunden angesichts der sich weiterentwickelnden Märkte zu unterstützen, bieten die Handelsmarken von Saint-Gobain **Tools und Schulungsprogramme**: kostenlose Halbtagschulungen zum Thema neue Normen, E-Learning-Kurse über energetische Sanierung und Ähnliches. Die **Zufriedenheit des Kunden** steht bei allen Marken im Mittelpunkt. So stellen einige Verkaufsniederlassungen ihren Kunden spezielle Tools zur Verfügung, mit deren Hilfe diese ihren Besuch kommentieren und die Verständlichkeit der Informationen, die Kundenberatung, die Preise und den Service bewerten können.

Saint-Gobain verfolgt bei seinen Handelsmarken eine ehrgeizige **digitale Strategie**, die auf drei

Schwerpunkten beruht. Erstens das Profiling: Jeder Kunde, der die Internetseite einer der Handelsmarken besucht, erhält maßgeschneiderte Produkt- und Serviceinformationen. Zweitens ein umfassender Internet-Service, der auch per Smartphone abrufbar ist: Produktangebot und -verfügbarkeit, individuelle Preisangebote, Rund-um-die-Uhr-Bestellung, Online-Konto, Tipps und Tools. Und schließlich drittens das „Omnikanal“-Angebot. Der Kunde hat sowohl über die Online-Shops der Handelsmarken als auch über deren Verkaufsniederlassungen, deren Callcenter und soziale Netzwerke, deren digitale und gedruckte Kataloge Zugriff auf das Angebot.



Finnland

Ein 2013 fertiggestelltes **Multi-Komfort-Haus** mit Baustoffen von sieben Saint-Gobain-Tochterunternehmen: ISOVER, Saint-Gobain Gyproc, Weber, Ecophon, Saint-Gobain PAM, Saint-Gobain Glass und Dahl.

Frankreich

100 Verkaufsniederlassungen von POINT.P Matériaux de Construction tragen das Label „Experte für Energieeffizienz“. Info-Theken bieten einen Energieeffizienz-Simulator für Baustellen und vermitteln Partnerbüros für Wärmedämmung.



Großbritannien

Jewson schulte über 600 Verkäufer speziell zum Thema Holz, um Kunden aus dem Bausektor effizient beraten zu können.



KOMFORT:

seit jeher ein entscheidendes Anliegen

Ein Multi-Komfort-Gebäude ist nicht nur energiesparend, es erfüllt vor allem die Bedürfnisse seiner Bewohner hinsichtlich Energieeffizienz, Luftqualität, Lichtkontrolle und Schallschutz. Schon seit langem nimmt Saint-Gobain sich dieser Anliegen an und misst auch beim Einbau seiner Produkte dem Komfort besondere Bedeutung bei.

1959

Frankreich – Werbung für den Einbau von Lapeyre-Küchenmöbeln. Mit der Standardisierung der Materialien konnten sich Heimwerker nun an den Bau ihrer eigenen Küche wagen. Entsprechende Produkte wurden von Lapeyre seit den 1950er Jahren angeboten.



1960

Frankreich – Werbung für CLARIT-Türen. Die mithilfe von SEVA-Scharnieren befestigte Tür aus gehärtetem Glas war in den 1960er Jahren eines der bahnbrechenden Produkte von Saint-Gobain im Bereich der Innenausstattung. Die noch heute von Glassolutions angebotene CLARIT-Tür lässt das Licht durchscheinen und schafft so ein angenehmes Ambiente.



1961

Frankreich – Werbung für das Glas von Saint-Gobain in Orly. Der 1961 in Betrieb genommene Flughafen Orly-Sud machte sich umgehend einen Namen als architektonisches Meisterwerk. Dicke Glasfronten sorgten damals für den Schallschutz. Heute wird der Lärmschutz durch Doppel- bzw. Dreifachverglasung mit integrierter Akustikfolie sichergestellt.



1972

USA – Werbekampagne von CertainTeed. Sharon Kay Ritchie, Miss America des Jahres 1956, pries die Vorzüge der Glaswolle von CertainTeed an. Das Material, das die Senkung der Energiekosten in Wohngebäuden ermöglichte, setzte sich nach der Ölkrise in den 1970er Jahren durch.





....Werfen Sie in der Jubiläumsausstellung auch einen Blick auf die historischen Werbekampagnen von Saint-Gobain!

BESUCHEN SIE DIE AUSSTELLUNG ZU UNSEREM 350-JÄHRIGEN BESTEHEN!

www.saint-gobain350jahre.com

1987

Frankreich – Werbekampagne von POINT.P.

1987 startete POINT.P eine großangelegte Werbekampagne unter dem Slogan „À la dimension des bâtisseurs“ („Auf Bauherren zugeschnitten“). Das Verkaufskonzept von POINT.P umfasste eine reichhaltige Auswahl, hohe Produktqualität, Beratung und Service. Sehr zur Zufriedenheit der Kunden!



1978

Japan – Werbung für ISOVER.

Hier werden alle Vorzüge von Glaswolle vorgestellt: Wärme- und Schalldämmung, aber auch Brandschutz, geringes Gewicht, leichte Handhabung und problemloser Zuschnitt.



2013

Dänemark – Werbung für Dahl.

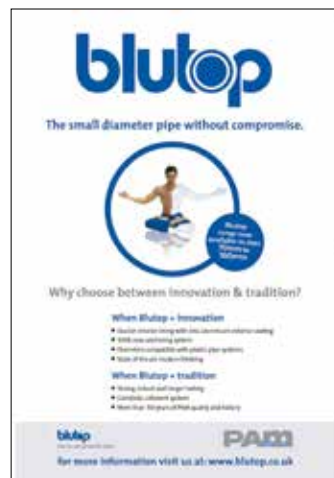
Die Internetseite von Dahl Dänemark wird zur mobilen App. Im digitalen Zeitalter erleichtert Saint-Gobain seinen Kunden das Leben und wickelt den Vertrieb über Omnikanal-Lösungen ab.



2013

Großbritannien – Werbung von

Saint-Gobain PAM. Das Sortiment BLUTOP® wurde speziell für die Trinkwasserversorgung in urbanen, stadtnahen und ländlichen Zonen entwickelt. Die Rohre zeichnen sich durch ihr geringeres Gewicht aus. Sie können auf den Baustellen von Hand transportiert und somit problemlos verlegt werden.



2009

Frankreich – Werbung für Placo. Der Gips Lutèce Air'Pur®, eine Innovation von Placo®, reduziert die Konzentration bestimmter flüchtiger organischer Verbindungen in der Luft. Er sorgt so für eine bessere Luftqualität im Inneren von Gebäuden.



2010

Deutschland – Werbung für Raab Karcher.

Das Haus ist eines der Markenzeichen von Saint-Gobain, denn es symbolisiert die Strategie der nachhaltigen Lebensraumgestaltung. Der Generalist greift ebendieses Symbol auf, um seinen Kunden sein umfassendes Sortiment an Baustoffen für jeden Baubedarf vorzustellen.



2011

Großbritannien – Werbung für

Weber. Die weber.floor Bodensysteme zeichnen sich durch eine Zusammensetzung aus, die die Staubentwicklung verringert und somit für eine leichtere, angenehmere Verlegung und weniger Reinigungsaufwand sorgt.

NACHHALTIGE

Lebensräume für alle

Saint-Gobain will nachhaltige Lebensräume möglichst allen zugänglich machen - mit erschwinglichen Wohnlösungen, neuen Partnerschaften und über die Stiftung Saint-Gobain Initiatives.

Erschwingliche Lebensräume für möglichst viele Menschen

Renovierungsarbeiten leisten einen entscheidenden Beitrag im Kampf gegen die Energieverknappung. Saint-Gobain bietet erschwingliche Lösungen und den Baufachbetrieben Schulungen zu sämtlichen Maßnahmen, mit denen sich der Energieverbrauch in Wohnhäusern reduzieren lässt, wie etwa Dämmung, Auswechseln der Verglasung und Ähnliches.

Zudem sind Modularität und Barrierefreiheit der Lebensräume ein wichtiger Bestandteil des Multi-Komfort-Konzeptes. Saint-Gobain entwickelt geeignete Produkte, um dem demografischen Wandel Rechnung zu tragen und

Lebensräume für alle Generationen barrierefrei zu gestalten. Lösungen von Saint-Gobain ermöglichen den Bau von Wohnungen, die sich dem Lebenszyklus ihrer Bewohner (Lebensweise, Mobilität) anpassen und maximalen Komfort gewähren. Komfort wird allen Generationen geboten. So ermöglichen verstärkte Trennwände nicht nur die Installation von Zufahrtsrampen, sondern besitzen auch die nötige Tragfähigkeit für schwere Möbel. Und eine bodengleiche Dusche ist nicht nur problemlos zugänglich, sondern lässt sich auch leichter reinigen.



Großbritannien

Als Antwort auf die steigende Wohnungsnachfrage in Großbritannien haben Saint-Gobain und die Universität Nottingham das neue Wohnkonzept Nottingham H.O.U.S.E (Home Optimising the Use of Solar Energy) entwickelt, ein Wohnhaus, das geringen Energieverbrauch mit einem erschwinglichen Preis kombiniert.



Frankreich

Lapeyre hat den ersten „Leitfaden für das barrierefreie Haus“ entwickelt. Er bietet zahlreiche Lösungen, Tipps, Dienstleistungen und Informationen zur Verbesserung der Selbstständigkeit, des Wohlbefindens, des Komforts, der Sicherheit und Barrierefreiheit in allen Räumen einer Wohnung. Abgerundet wird dieses Angebot durch das Badezimmersmöbel „Concept‘care by Lapeyre®“, das Bewohnern aller Altersklassen eine praktische und sichere Nutzung ermöglicht und nebenbei auch noch gut aussieht.



Frankreich

Seit 2013 ist Saint-Gobain Partner des Vereins Phoenix-Senior, um gemeinsam mit diesem ein ausbaufähiges Mehrgenerationen-Wohnkonzept zu entwickeln. Als Weiterentwicklung des Multi-Komfort-Konzeptes ist „Multi-Confort Sérénité“ genau auf die Bedürfnisse von Senioren ausgerichtet, denen maximale Selbstständigkeit gewährleistet werden soll. Saint-Gobain ist an der Errichtung eines Multi-Confort Sérénité-Hauses in der Nähe von Angers beteiligt.

Die internationale Unternehmensstiftung Saint-Gobain Initiatives

Die Stiftung stützt sich auf das Engagement der Saint-Gobain-Mitarbeiter. Jeder aktive oder pensionierte Mitarbeiter kann eine Patenschaft für solidarische Projekte in drei Bereichen übernehmen, die im Zusammenhang mit der Saint-Gobain-Unternehmensstrategie stehen:

- Berufliche Eingliederung junger Erwachsener
- Bauen, Modernisieren und Renovieren von gemeinnützigen Sozialbauten
- Energieeinsparung und Umweltschutz bei Sozialbauten

Jedes Projekt wird in Trägerschaft einer gemeinnützigen Organisation in der Nähe eines Saint-Gobain-Standes durchgeführt.

Die Stiftung bietet den von ihr ausgewählten Projekten finanzielle Unterstützung. Zusätzlich können die Saint-Gobain-Tochterunternehmen ihre technischen Kompetenzen einfließen lassen oder Sachspenden in Form von Baumaterial beisteuern. Bestimmte Projekte werden zudem durch das ehrenamtliche Engagement ortsansässiger Saint-Gobain-Mitarbeiter unterstützt, die in der Trägerorganisation aktiv sind.



95 UNTERSTÜTZTE PROJEKTE
im Zeitraum
2008 bis 2014

6,6 MILLIONEN EURO
aufgewendete Mittel
im Zeitraum 2008 bis 2014

..... Frankreich

In Arzon in der Bretagne unterstützte die Stiftung die Errichtung eines Heims für die Behindertenwerkstätte des Vereins Moulin Vert. Die Einrichtung beschäftigt 50 psychisch kranke Menschen.

..... Russland

Die Stiftung beteiligte sich an der Renovierung einer Theaterschule für gehörlose Kinder in Nischni Nowgorod. Die Marken ISOVER, Weber-Vetorit, Gyproc und Ecophon steuerten zudem Baumaterialien bei.



Mexiko

In Cuernavaca übernahm die Stiftung die Patenschaft für die Erweiterung einer Schule für Jugendliche mit Down-Syndrom, die in ärmlichsten Verhältnissen leben.



1965 Inbetriebnahme der TEL-Linie

im Werk Vamdrup (Dänemark).
Saint-Gobain entwickelte 1957
die Herstellung von Glaswolle nach
dem TEL-Verfahren.

NOVA TION

verändert
die
Welt

Saint-Gobain ist weltweit eines der **hundert innovativsten Unternehmen.**

Jedes vierte, von Saint-Gobain verkaufte Produkt gab es vor fünf Jahren noch nicht.

Die Innovation ist aus der Unternehmenskultur der Saint-Gobain-Gruppe nicht wegzudenken und ein Schlüsselement ihrer Entwicklung.

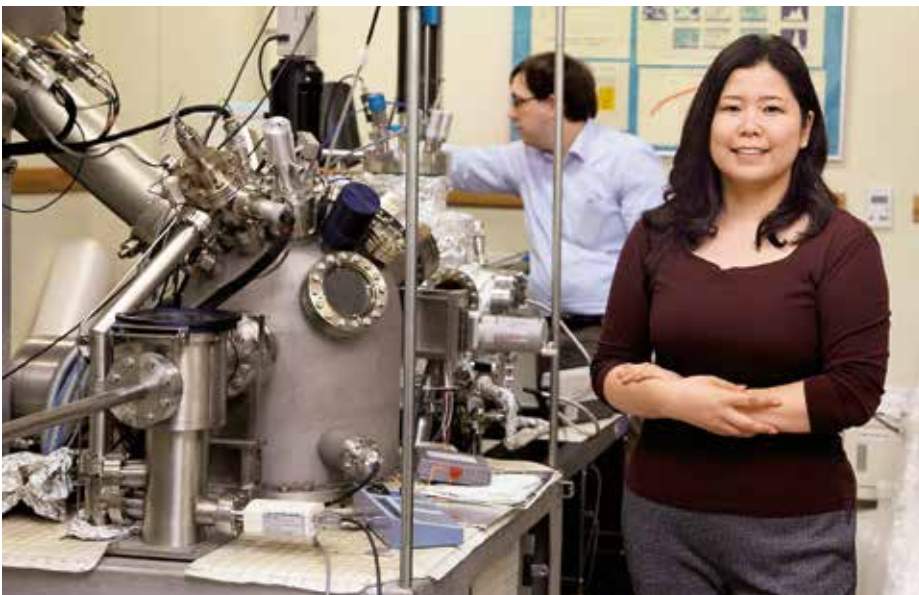
Die **Schaffung neuer Produkte** und **innovativer Hochleistungslösungen** zur Verbesserung unserer Lebensräume und unseres täglichen Lebens ist das **anspruchsvolle Ziel**, das Saint-Gobain in enger Zusammenarbeit mit den **Kunden** verfolgt.

2013 Der NASA-Roboter Curiosity
landet auf dem Planeten Mars.
Er ist mit Hochleistungsmaterialien von
Saint-Gobain ausgestattet.



Saint-Gobain, eines der 100 innovativsten **UNTERNEHMEN** der Welt

Forschung und Entwicklung als Herzstück der Unternehmensstrategie



Forschung und Innovation stehen im Mittelpunkt der Strategie und der Nachhaltigkeitspolitik von Saint-Gobain. Der unablässige Einsatz der Unternehmensgruppe zur Festigung einer entsprechenden Innovationskultur zahlt sich aus: Im vierten Jahr in Folge befindet sich Saint-Gobain auf der Liste der Top 100 Global Innovators von Thomson Reuters. Die Saint-Gobain-Gruppe wird ihre Bemühungen in den kommenden Jahren fortsetzen, insbesondere bei den Investitionen, damit sie ihre Führungspositionen behaupten und ausbauen und gleichzeitig ihr hohes Leistungsniveau und ihre operative Exzellenz aufrechterhalten kann.

Die gemischte internationale
Forschungseinheit LINK
(Laboratory for Innovative Key
Materials and Structures),
ein Partnerprojekt zwischen dem CNRS,
dem japanischen Institut für
Materialwissenschaften NIMS und
Saint-Gobain. Eröffnung im Oktober
2014 in Tsukuba (Japan).



Die Hitliste von Thomson Reuters
berücksichtigt das Patentvolumen, das
Verhältnis von erteilten zu eingereichten
Patenten sowie deren internationale
Reichweite und Bekanntheitsgrad.



Das Saint-Gobain
Forschungszentrum
in La Villette, 1952 in Paris
(Frankreich) eröffnet.

400
MILLIONEN EURO
FÜR F&E

350
NEUE
PATENTE

3700
MITARBEITER

Einer der
100
FÜHRENDEN PATENTANMELDER
BEIM EUROPÄISCHEN PATENTAMT

Rund
900
FORSCHUNGSPROJEKTE

**Als Herzstück der Unternehmensstrategie
sind die Lebensraumgestaltung und das tägliche Leben**
für die Teams von Saint-Gobain eine besondere Motivationsquelle für
verantwortungsvolles Arbeiten.

Strategische und bereichsübergreifende F&E-Programme zur Förderung des Wachstums der Saint-Gobain-Gruppe

Die Forschungs- und Entwicklungsteams von Saint-Gobain arbeiten projektbezogen. Dies ermöglicht es, schon weit im Vorfeld Faktoren wie Märkte, industrielles Eigentum, Produktion, gesundheitliche Aspekte und Umwelt in die Forschungs- und Entwicklungsarbeit einzubeziehen. Eine derartige Organisation garantiert einen kontinuierlichen Fluss an Innovationen, die im geeigneten Augenblick auf den Markt gebracht werden.

Vorrangige Aufgabe der F&E ist die aktive und vorausschauende Unterstützung der zahlreichen Unternehmensaktivitäten anhand von gezielten Forschungsprojekten. Weiter gilt es, über die strategischen F&E-Programme einen Beitrag zur Entwicklung und zum Wachstum der Saint-Gobain-Gruppe zu leisten. Drittens sollen bereichsübergreifende F&E-Programme die Zukunft und Entwicklung der Hauptsparten vorantreiben und hierbei große Veränderungen in Technik und Märkten antizipieren.



F&E-Programme von Saint-Gobain

Strategische F&E-Programme

- Aktive Gläser
- Hochleistungsdämmsysteme
- Wärmedämmverbundsysteme
- Flexible Funktionsfolien
- Beleuchtung
- Energieeffizienz und Umwelteinflüsse der Produktionsverfahren
- Brennstoffzelle
- Energiespeicherung

Bereichsübergreifende F&E-Programme

Materialwissenschaften

- Physik und Chemie von Werkstoffen auf Basis anorganischer Bindemittel
- Grüne Chemie
- Recycling
- Organische und anorganische Schäume

Bauwissenschaften

- Akustik
- Luftqualität
- Energieeffizienz, Wärme- und Sichtkomfort
- Feuerbeständigkeit

INNOVATION

für und mit den

Kunden

Bei Saint-Gobain steht der Kunde im Zentrum der Innovationsstrategie. Als marktorientierte Unternehmensgruppe pflegt Saint-Gobain eine Kultur der Partnerschaft und Ko-Entwicklung mit Akteuren aus Hochschulen und Unternehmen, um Lösungen mit hohem Mehrwert zu entwickeln.

16

NEUBAU- UND RENOVIERUNGS-PROJEKTE NACH DEM MULTI-KOMFORT-KONZEPT

wurden in den vergangenen beiden Jahren in Zusammenarbeit mit zahlreichen Partnern durchgeführt.

Innovationen - gemeinsam mit unseren Kunden

Saint-Gobains strategische Entwicklung und die sich verändernden Märkte der Lebensraumgestaltung erfordern einen dynamischen kundenorientierten Ansatz. Um auf die heutigen und künftigen Anforderungen der Kunden zu reagieren, hat sich Saint-Gobain gezielt einer Kultur der Partnerschaft und Ko-Entwicklung verschrieben.

Saint-Gobain stattet Häuser mit differenzierenden Produkten und Systemen aus, die speziell in puncto Komfort einen hohen Mehrwert haben. In vielen Ländern arbeiten verschiedene Saint-Gobain-Aktivitäten im Rahmen des Multi-Komfort-Konzepts zusammen, um effiziente Systemlösungen zu schaffen und Forschung und Innovation noch weiter voranzutreiben. Auf Basis dieses Konzepts wurden gemeinsam mit anderen Akteuren des Bausektors mehrere Wohnungsbau- und Renovierungsprojekte auf den Weg gebracht.



Die Multi-Komfort-Projekte
in den verschiedenen Ländern verschaffen den Saint-Gobain-Teams einen Überblick über die jeweils erreichte Gebäudeleistung, die sich aus dem Verhalten der Bewohner und den verwendeten Saint-Gobain-Produkten ergibt. Sie ermöglichen damit die Entwicklung immer leistungsstärkerer Lösungen.

Mobilisierung aller internen und externen Ressourcen für unsere Kunden

Zur Beschleunigung der Innovationsprozesse stützt sich Saint-Gobain intern auf fest eingerichtete Prozesse, in die über die gesamte Dauer der Projekte Teams aus F&E, Produktion, Marketing und Vertrieb eingebunden sind, und stellt sicher, dass alle für einen erfolgreichen Abschluss notwendigen Kompetenzen mobilisiert werden.

Zudem erfordern komplexe Ökosysteme und eine sich beschleunigende technologische Entwicklung die vermehrte Zusammenarbeit mit externen Akteuren, damit das Know-how der Unternehmensgruppe gesteigert werden kann. Daher stützt sich Saint-Gobain im Rahmen seines innovationsorientierten Ansatzes auf ein Netz an Partneruniversitäten. So konnte 2014 im Bereich der Gebäudephysik die Zusammenarbeit mit dem Fraunhofer-Institut (Deutschland) und den Universitäten Salford und Leeds Beckett (Großbritannien) intensiviert werden. Über NOVA External Venturing, zuständig für externe Innovation und Kontakte zu Start-Ups, verfolgt die Unternehmensgruppe zudem Entwicklungen auf neuen Märkten mit.

mehr als **2600**
START-UPS SIND GEPRÜFT WORDEN

mehr als **65**
VEREINBARTE PARTNERSCHAFTEN
IN ALLER WELT



Der regelmäßig von NOVA External Venturing veranstaltete Innovationswettbewerb prämiiert Start-Ups für die Entwicklung und Vermarktung innovativster Lösungen in den Bereichen Lebensraumgestaltung, Energie und Umwelt.



2011 WURDE IN AUBERVILLIERS (FRANKREICH) DOMOLAB ERÖFFNET, DAS ERSTE INNOVATIONSZENTRUM FÜR DIE GESTALTUNG VON LEBENSÄÄUMEN.

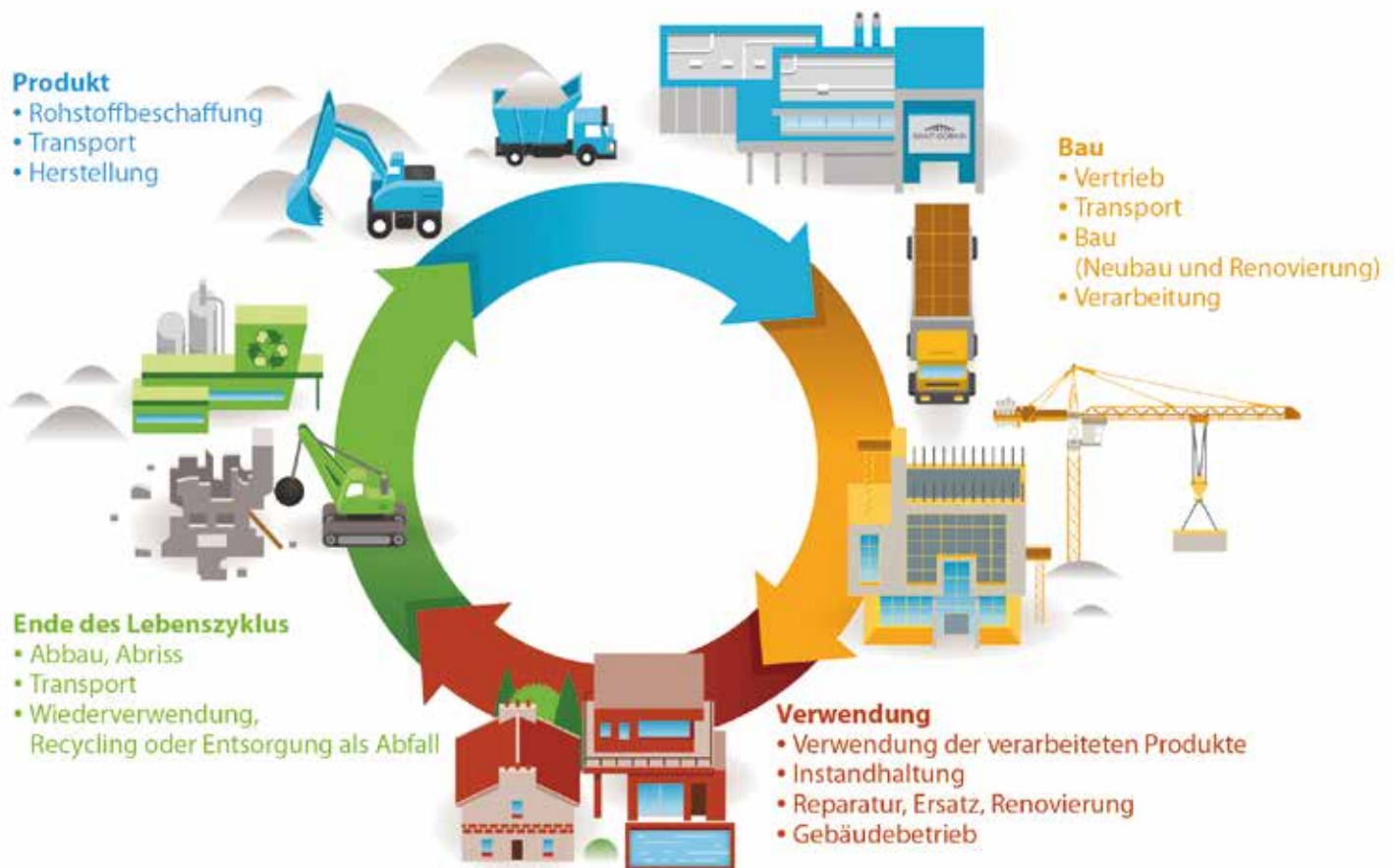
Saint-Gobain hat Innovationszentren für die Lebensraumgestaltung eingerichtet, um den Informationsaustausch zwischen den Hauptakteuren des Bausektors zu fördern und ihnen maßgeschneiderte technische Lösungen zu bieten.

**RUND
50%**

der Partnerschaften kommen auf Empfehlung von Saint-Gobain-Mitarbeitern zustande.

Öko-Innovation: Konkretisierung **UNSERER STRATEGIE** der nachhaltigen Lebensraumgestaltung

Saint-Gobain bedient sich konsequenter und transparenter Methoden zur Bewertung der Umweltauswirkungen seiner Produkte, damit den Kunden nachhaltige Produkte angeboten werden können. Zu den Zielen der Unternehmensgruppe gehören nachhaltige, umweltfreundliche Werkstoffe, saubere Produktionsstätten und heute schon Lösungen für den Recyclingbedarf von morgen.



Lebenszyklusanalyse
eines Baustoffes

Öko-Innovation auf Basis der Lebenszyklusanalyse



Flaschen aus dem Ecova-Sortiment

Die Politik der Öko-Innovation

ist für alle Aktivitäten der Saint-Gobain-Gruppe maßgeblich und erstreckt sich nicht nur auf die Lebensraumgestaltung sondern auch auf Produkte und Lösungen anderer Märkte.

Windschutzscheibe SGS Lightweight



Mehr als **300**

FÜHRUNGSKRÄFTE WURDEN 2014 ZUM THEMA ÖKO-INNOVATION GESCHULT.

Lösungen mit positiver Umweltbilanz

Wir leiten die anhand der LCA ermittelte Umweltbilanz unserer Produkte in Form von Umweltproduktdeklarationen (EPD, geprüft von unabhängigen Dritten) an unsere Fachkunden, an Entscheidungsträger und Bauunternehmen sowie an den Handel weiter. Diese Informationen können bei der Bewertung der globalen Umweltleistung eines Gebäudes herangezogen werden,

insbesondere im Rahmen von Gebäudezertifizierungen wie LEED, BREEAM, DGNB oder HQE.

Anhand der LCA-Ergebnisse wird ebenfalls deutlich, dass die Vorzüge der von Saint-Gobain entwickelten Lösungen – insbesondere hinsichtlich des Energieverbrauchs – die produktionsbedingten Umweltauswirkungen häufig weit übersteigen.

Um die Umweltauswirkungen ihrer Produktlösungen auf ein Minimum zu reduzieren, beschäftigen sich die Saint-Gobain-Aktivitäten mit allen Lebenszyklusstadien dieser Produkte, von der Auswahl der Rohstoffe über ihre Nutzungsphase bis hin zur Entsorgung. Der wirksame Einsatz der Ressourcen ist ein vorrangiges Anliegen von Saint-Gobain. In diesem Zusammenhang verfolgt die Unternehmensgruppe einen Ansatz der Öko-Innovation, der sich auf die Lebenszyklusanalyse (LCA) stützt. Letztere ermöglicht die Quantifizierung und Bewertung der Umweltauswirkungen einer Lösung in jedem Stadium ihres Lebenszyklus. Auf diese Weise konnten Innovationen wie **weber.col flex éco** entstehen, ein Klebemörtel, dessen CO₂-Fußabdruck um 56 % verringert werden konnte.

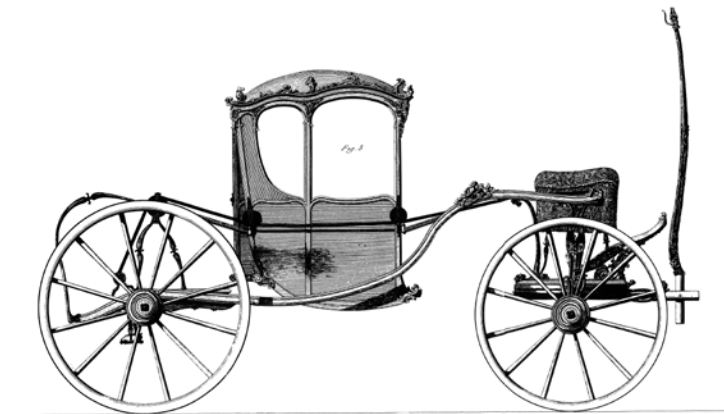
In Frankreich

stützt sich ISOVER auf 330 EPDs, darunter 160 der französischen Datenbank INIES, um nachzuweisen, dass die von ihr produzierte Glaswolle die bis zu 200-fache Menge der Energie einspart, die zu deren Produktion benötigt wird.



Innovationen FÜR UNSERE LEBENS-RÄUME und das tägliche Leben

Neubau und Renovierung sind die Referenzmärkte von Saint-Gobain. Doch auch auf wachstumsintensiven Industriemärkten ist die Unternehmensgruppe vertreten. Saint-Gobain entwickelt seit 350 Jahren Lösungen zur Verbesserung des täglichen Lebens.



Seit Ende des
17.
Jahrhunderts

Glasscheiben für Kutschen

Die Stellmacher, die die Karossen des Königs herstellten, bezogen Glasscheiben der königlichen Manufaktur über die Pariser Spiegelglashändler. Im 18. Jahrhundert stieg die Zahl der Gefährte in den Pariser Straßen und mit ihr die Verwendung kleiner Glasscheiben für die Türen. Die Gläser erfüllten denselben Zweck wie die Windschutzscheibe beim 200 Jahre später erfundenen Automobil: Sie schützten das Wageninnere vor Zugluft und ließen dabei Licht hinein.

Seit dem

19.

Jahrhundert

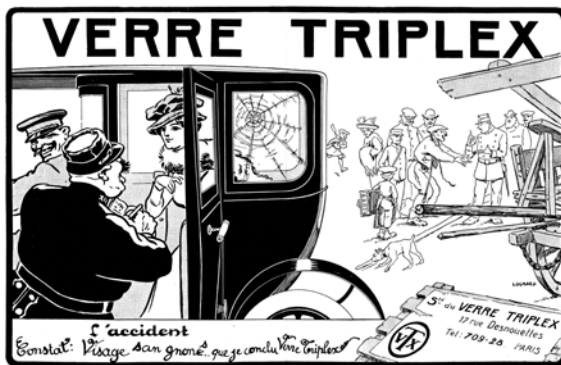
Spektakuläre Glaskuppeln

Saint-Gobain nahm aktiv am europaweiten Boom eines neuen architektonischen Trends teil: Strukturen aus Eisen und Glas, wie sie damals vor allem in öffentlichen Einrichtungen wie Markthallen, Bahnhöfen und überdachten Passagen anzutreffen waren. Die zwischen 1867 und 1878 im Mailänder Stadtzentrum errichtete Viktor-Emanuel-Galerie übertraf alle bis dato erbauten Einkaufspassagen und war so erfolgreich, dass in Berlin, Turin, Genua und Neapel baugleiche Nachahmungen errichtet wurden.



Seit dem
19.
Jahrhundert

Seit
1912



L'illustration 1913.

Verbundsicherheitsglas

Edouard Benedictus gründete die Société du Verre Triplex (1927 schloss er sich mit Saint-Gobain zusammen), um das von ihm erfundene Verbundsicherheitsglas zu produzieren. Die Gläser bestehen aus zwei Glasscheiben mit einer zwischengelagerten Kunststoffolie. Bei Beschädigung bleiben die Glassplitter an der Folie hängen. Die Automobilindustrie, die damals in den Anfängen steckte, verdankt diesem Glas eine erhebliche Verbesserung der Sicherheit für die Fahrzeuginsassen. Heute findet es auch im Bausektor Verwendung, für mehr Sicherheit und besseren Schallschutz.



Kanaldeckel

Straßenbauprodukte von Saint-Gobain PAM sind weltweit untrennbar mit dem Stadtbild verbunden. Sie sind auf lange Lebensdauer ausgerichtet und bieten inzwischen zahlreiche Zusatzfunktionen. So sind manche Schachtabdeckungen heute mit kommunizierenden Mikrochips ausgestattet, mit deren Hilfe die Kommunen ihre Versorgungsnetze leichter betreiben können. Das Angebot Color By PAM umfasst 110 Farben, die sich perfekt in jedes Stadtbild einpassen und auch den Anforderungen historischer Viertel oder besonderer Umgebungen Rechnung tragen.



Seit den
1910er
Jahren

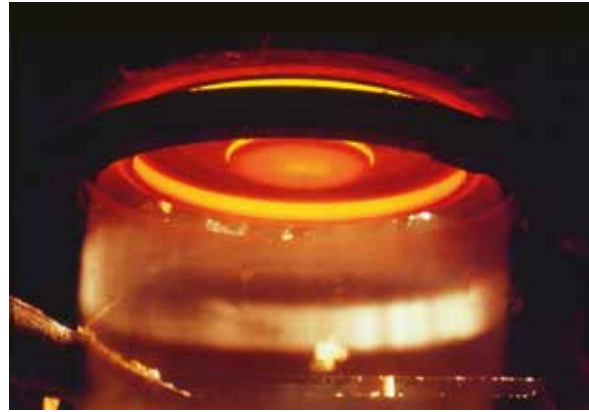
Mörtel in allen erdenklichen Farben

In den 1910er Jahren begann Weber seinen Mörtel in den USA unter der Bezeichnung „Caen Stone“ zu verkaufen. Der Name leitete sich ab vom Kalkstein aus der Region um Caen in der Normandie, der in den USA einen sehr guten Ruf genoss. Das 1913 fertiggestellte Woolworth Building gehört zu den ältesten Wolkenkratzern im New Yorker Stadtteil Manhattan und verdankt seine schöne weiße Farbe eben diesem Mörtel. Die Farbpalette der Weber-Mörtel umfasst heute mehrere Tausend Nuancen.

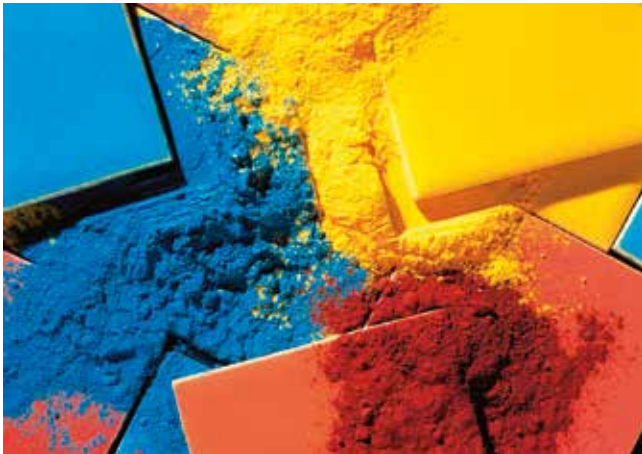
Seit
1957

Herstellung von Glaswolle nach dem TEL-Verfahren

Das 1957 von Saint-Gobain entwickelte TEL-Verfahren (eine Kombination aus Schleuder- und Düsenblasverfahren) verschaffte der Unternehmensgruppe einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Sie produzierte bereits seit zwanzig Jahren Glaswolle, konnte ihren Einflussbereich durch dieses Verfahren jedoch maßgeblich ausweiten, insbesondere auf Brasilien und die USA. Als hervorragendes Material für den Wärme- und Schallschutz hat Glaswolle von Saint-Gobain ISOVER heute ihren festen Platz in der Industrie, im Transportwesen und insbesondere in der Bauwirtschaft.



Seit
1975



Magische Kugeln und Pulver

ZirPro-Zirkoniumkugeln und -pulver wurden von der Saint-Gobain-Gruppe entwickelt, weil diese sich neue Absatzmärkte für die Schmelztechniken für Oxide sichern wollte, die bis dahin den Feuerfestkeramiken vorbehalten waren. Die Kugeln dienen der mikroskopischen Zerkleinerung von Industriemineralien und dem Zermahlen von Farben. Pulver wiederum werden zur Herstellung farbintensiver Pigmente für die Produktion von Keramikfarben für Fliesen eingesetzt. Inzwischen haben sich die Anwendungsbereiche vervielfacht und reichen von Papier und Farben über Bergbau, Luftfahrt, Metallurgie und Schmuckindustrie bis hin zur Oberflächenbearbeitung von Smartphones.

Seit den
1990er
Jahren

Glas für die Luftfahrtindustrie

Das von Saint-Gobain entwickelte Verbundsicherheitsglas Solidion®, ein chemisch verstärktes Glas in drei Stärken, sorgt für ein geringeres Gewicht der Cockpit-Scheiben von Linienflugzeugen, ist beständig gegen Druckunterschiede und hält auch bei einer Fluggeschwindigkeit von über 500 km/h einer Kollision mit Vögeln stand. Solidion®-Gläser kommen in Linienflugzeugen, Privatjets und Helikoptern zum Einsatz. Saint-Gobain ist unter anderem Alleinlieferant der Cockpit-Scheiben für die Airbus-Modelle A380 und A350.

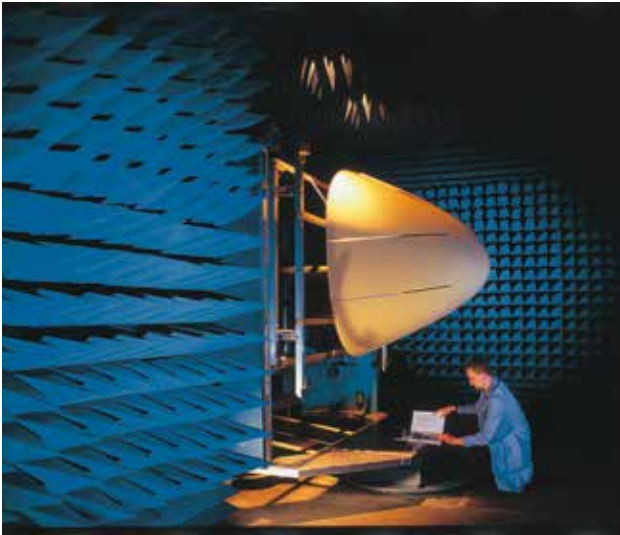


Seit der

Zeit zwischen den Weltkriegen

Flaschen für jeden Geschmack

Ob Burgund, Bordeaux oder Champagne: Jedes der großen französischen Weinanbaugebiete hat seine typischen Flaschen. Im 18. Jahrhundert wurde die Weinabfüllung in Glasflaschen üblich und letztere entwickelten sich im Laufe der Zeit zu echten Werbeträgern für die edlen Tropfen. Die Saint-Gobain-Marke Verallia stellt das gesamte Repertoire an Flaschen her - auch heute noch eine technische Herausforderung, vor allem für die größten Modelle, wie die 15 Liter fassende Champagnerflasche Nebukadnezar.



Seit den
1960er
Jahren

Radome

Saint-Gobain fertigt Radome für Flugzeuge. Die aus Verbundmaterialien hergestellten Flugzeugnasen schützen Wetterradare und satellitengestützte Kommunikationssysteme vor klimatischen Einwirkungen und Stößen. Radome von Saint-Gobain werden heute aus Verbundgeweben auf Quarzbasis hergestellt, die Internetzugriff und Fernsehen im Livestream an Bord ermöglichen.

Seit
2014



Magnetputz

Der von British Gypsum in Großbritannien auf den Markt gebrachte Magnetputz ist eine echte Revolution in der Innenraumgestaltung. Dank der innovativen Eigenschaften des Produktes gehören unansehnliche Klebspuren auf Wänden der Vergangenheit an, denn Magnete lassen sich nun direkt an die Wand heften. Das Produkt ist für den Innenverputz in allen Bereichen geeignet und wird wie ein herkömmlicher Gipsanstrich aufgebracht.

Seit
2013



Leuchtgewebe

Eine ästhetisch-technische Revolution: ONIRYS™ ist ein exklusives Leuchtgewebe von Saint-Gobain Adfors, bei dem optische Glasfasern mit Glasfasergarnen verwoben sind. Das flexible, feine Material eignet sich für Paneele, Wandteppiche und Wandverkleidungen. Es kann zudem individuell gestaltet werden, sodass der Kreativität der Designer keine Grenzen gesetzt sind.

Seit
2014

SGG TIMELESS®

Mit SGG TIMELESS® hat Saint-Gobain ein pflegeleichtes Glas auf den europäischen Markt gebracht, mit dem Duschwände immer tadellos sauber bleiben. Durch Aufbringen einer praktisch unsichtbaren Metalloxidschicht auf die Glasoberfläche wird dauerhafte Transparenz erzielt. Das Glas ist besonders einfach zu reinigen, da Wasser umgehend abperlt und auf diese Weise unschönen Kalkablagerungen vorgebeugt wird.



1878 Transport.....
einer großen Glasscheibe
von Hand im Werk von
Mannheim (Deutschland).

Es
gibt
unbegrenzt

TAL
ENTE

Bei Saint-Gobain kann man trotz der mehr als **180.000 Mitarbeiter** das Gefühl haben, **einer großen Familie** anzugehören. Die Unternehmensgruppe ist heute weitgehend dezentralisiert und ihre Mitarbeiter bilden eine **Gemeinschaft solidarischer Unternehmer**. Gemeinschaft deswegen, weil sie gemeinsam grundlegende Werte achten, die in den **„Verhaltens- und Handlungsprinzipien“** festgeschrieben sind und das Zugehörigkeitsgefühl zum Unternehmen entscheidend prägen. Von Unternehmern sprechen wir, weil Saint-Gobain trotz seiner Größe seine **Mitarbeiter immer wieder dazu ermutigt**, in ihrem beruflichen Alltag **innovativ zu sein** und sie zu diesem Zweck schult. **Solidarisch** schließlich bedeutet, dass alle Mitarbeiter sich dem **gemeinsamen Interesse der Saint-Gobain-Gruppe** verschrieben haben und dabei offen für alles sind, was in der Welt um sie herum geschieht.



EINE VERANTWORTUNGSVOLLE Unternehmensgruppe

Zwischen Saint-Gobain und seinen 180.000 Mitarbeitern besteht eine ausgeprägte Verbundenheit. So ist es nicht selten, dass Mitarbeiter ihre gesamte berufliche Laufbahn in der Unternehmensgruppe verbringen. Diese enge Beziehung wurzelt in einem soliden Wertefundament und ist einer ambitionierten Personalpolitik zu verdanken.

Werte, die tief in der Unternehmensgeschichte verwurzelt sind

5 VERHALTENS PRINZIPIEN

- **BERUFLICHES ENGAGEMENT**
- **RESPEKT GEGENÜBER ANDEREN**
- **INTEGRITÄT**
- **LOYALITÄT**
- **SOLIDARITÄT**

sind die grundlegenden Verhaltensprinzipien, an die sich alle Führungskräfte und Mitarbeiter halten müssen.

4 HANDLUNGS PRINZIPIEN

- **ACHTUNG DER GESETZE**
- **ACHTUNG DER UMWELT**
- **ACHTUNG VON GESUNDHEIT UND ARBEITSSICHERHEIT**
- **ACHTUNG DER MITARBEITERRECHTE**

bestimmen das Handeln aller Führungskräfte und Mitarbeiter in Ausübung ihrer Tätigkeit.

2003 definierte Saint-Gobain neun „Verhaltens- und Handlungsprinzipien“, in denen die Werte festgeschrieben wurden, die das unternehmerische Handeln der Saint-Gobain-Gruppe im Laufe der Zeit bestimmt und geprägt haben. Sie wurden in über 30 Sprachen übersetzt und dienen allen Mitarbeitern als Leitlinien und Rahmen für die Zugehörigkeit zur Unternehmensgruppe.

Die Prinzipien beziehen sich ausdrücklich auf die Vereinbarungen der Internationalen Arbeitsorganisation, die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen und die OECD-Konvention zur Bekämpfung der Korruption.



Präsentation der Verhaltens- und Handlungsprinzipien vor Mitarbeitern des Werks in Barra Mansa, Brasilien, 2011.



..... 1926

Aus Anlass des 20-jährigen Bestehens der Glashütte Arija in Spanien posieren die Toreros vor der Corrida auf der Treppe vor der werkseigenen Klinik für Arbeitsunfälle.



..... 2010

Mitarbeiter an einem koreanischen Standort von Saint-Gobain informieren sich zum Thema Sicherheit am Internationalen EHS-Tag, dem Tag der Umwelt, Gesundheit und Arbeitssicherheit, den die Saint-Gobain-Gruppe alle zwei Jahre weltweit an allen ihren Standorten veranstaltet.



..... 2014

Internationaler Tag der Umwelt, Gesundheit und Arbeitssicherheit am Saint-Gobain-Firmensitz in Paris.

Gesundheit und Arbeitssicherheit, zentrale Werte der Saint-Gobain-Gruppe

Im Bereich der Personalpolitik kann Saint-Gobain auf eine lange Geschichte und auf breite Erfahrungen im sozialen Dialog zurückblicken. Die Unternehmensgruppe ist bestrebt, jedem Mitarbeiter ein der beruflichen und persönlichen Entfaltung zuträgliches Arbeitsumfeld zu bieten. Gesundheit und Arbeitssicherheit sind Grundvoraussetzungen dafür und gehören in den Bereichen Produktion, Vertrieb und Forschung zu den zentralen Werten von Saint-Gobain. Sie sind ein erklärtes Ziel der Unternehmensgruppe, das von allen Mitarbeitern mit Engagement verfolgt wird. Die im Jahr 2013 aktualisierten EHS-Richtlinien hängen in allen Saint-Gobain-Standorten aus und führen Besuchern und Mitarbeitern die Ziele hinsichtlich Umwelt, Gesundheit und Sicherheit vor Augen: null Arbeitsunfälle, null Berufskrankheiten,

null Umweltereignisse und minimale Umweltauswirkungen unserer Aktivitäten. Diese Politik betrifft sämtliche Aktivitäten der Saint-Gobain-Gruppe und stellt die Sicherheit in den Mittelpunkt ihrer Unternehmenskultur. Sie ist vorrangiges Anliegen von Mitarbeitern und Managern auf allen Unternehmensebenen. Ziel ist es, dass jeder Verantwortung für seine eigene Sicherheit und die seiner Kollegen übernimmt.

Die von der Saint-Gobain-Gruppe ergriffenen Maßnahmen für die Gesundheit ihrer Mitarbeiter gipfeln 2013 in der Festlegung spezifischer gesundheitspolitischer Richtlinien. Weltweit müssen alle Saint-Gobain-Standorte diese Richtlinien in Übereinstimmung mit den jeweils geltenden lokalen Bestimmungen und ergänzend zu bereits bestehenden

Normen und Tools für Gesundheit und industrielle Hygiene umsetzen. Mittels Vorsorge gegen die Gefahr von Berufskrankheiten und Berufsunfähigkeit will die Saint-Gobain-Gruppe die Gesundheit von Mitarbeitern, Zeitpersonal und Lieferanten an allen ihren Standorten weltweit schützen. Ein weiteres Anliegen ist der Schutz der Gesundheit der Kunden und der Anwender von Produkten und Dienstleistungen. Die Gesundheit der Anwohner schließlich stellt den dritten Schwerpunkt der gesundheitspolitischen Bestrebungen von Saint-Gobain dar. So werden an den Standorten Maßnahmen ergriffen, um eventuelle Umweltauswirkungen für benachbarte Wohngebiete zu minimieren, wie zum Beispiel Lärmbelästigung oder Emissionen in Luft, Wasser und Böden.

EINE UNTERNEHMENSGRUPPE im Zeichen der Offenheit

Um die dynamische Öffnung voranzutreiben, startete die Saint-Gobain-Gruppe 2012 das Programm OPEN (*Our People in an Empowering Network*): Öffnung nach außen, um dem Kunden bedarfsgerechte Lösungen zu bieten, und Öffnung nach innen gegenüber den Teams und jedem Einzelnen, um Austausch, Innovation und die Fähigkeit zur Differenzierung zu fördern. Das Programm stützt sich auf vier Pfeiler.



Förderung und Ausbau der beruflichen Mobilität

2014 wechselten **572 Führungskräfte** die Aktivität, **878 ihre Funktion** und **200 nahmen eine Tätigkeit in einem anderen Land auf**.

Berufliche Mobilität ist das wirksamste Mittel zur Förderung der Vielfalt, zur Entwicklung von Innovation und zum Ausbau gemeinsamer Kompetenzen, die von den Saint-Gobain-Aktivitäten gebraucht werden. Für die Mitarbeiter bedeutet sie eine Bereicherung ihrer Lebensläufe. Zur Förderung aller Formen der beruflichen Mobilität (zwischen Ländern, Funktionen und Aktivitäten) werden langfristige Initiativen ergriffen: Mobilitätsausschüsse, Nachfolgepläne, eine Mobilitäts-Charta, die Standardisierung der People Reviews, eine digitale Plattform für den Abruf freier Stellen und für Bewerbungen und vieles mehr. Bei Umstrukturierungen unterstützt Saint-Gobain zudem die Unterzeichnung von Mobilitätsvereinbarungen.



Förderung der Vielfalt unter den Mitarbeitern

46% der Führungskräfte von Saint-Gobain
in Spitzenpositionen **stammen nicht aus Frankreich**.

Ihre Vielfalt ermöglicht es der Saint-Gobain-Gruppe, mit dem Weltgeschehen Schritt zu halten und ihre Innovationsfähigkeit weiter zu steigern. An sämtlichen Standorten macht sich Saint-Gobain für die Förderung der Vielfalt in all ihren Formen stark: im Hinblick auf Geschlecht, Nationalität, Ausbildung, berufliche Laufbahn, Alter oder Behinderung. Teil dieses Engagements sind gezielte Rekrutierung sowie Aktionspläne für die berufliche Weiterentwicklung, für Lohngleichheit, Fortbildung und Work-Life-Balance. In aller Welt setzen sich Netzwerke von Saint-Gobain-Mitarbeiterinnen für ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis ein. Um Mehrfachkompetenzen und ein breites Spektrum an Nationalitäten zu fördern, wird in den Bereichen mit hohem Kompetenzbedarf (Marketing, F&E und andere) gezielt auf breitgefächerte Laufbahnen und auf die Bildung lokaler Führungsteams geachtet.



Förderung des Mitarbeiterengagements

2014 erhielt Saint-Gobain in sieben Ländern die Auszeichnung „Top-Arbeitgeber“: in Großbritannien, Frankreich, Brasilien, China, Deutschland, Italien und Polen.

Saint-Gobain will ein Unternehmen sein, das in Sachen Sicherheit, Gesundheit und Arbeitsbedingungen Maßstäbe setzt. Manager orientieren sich in diesem Zusammenhang an vier Verhaltensrichtlinien: Handeln stets in Übereinstimmung mit den Werten der Saint-Gobain-Gruppe; Beschäftigung mit den Teams und jedem einzelnen Mitarbeiter; Sagen, was man macht, und machen, was man sagt; Compliance. Seit 27 Jahren bietet die Unternehmensgruppe ihren Mitarbeitern zudem einen Aktiensparplan an, über den diese zu vergünstigten Bedingungen Saint-Gobain-Aktien erwerben können. Außerdem fördert Saint-Gobain zur konkreten Beantwortung sozialer Fragestellungen den lokalen Dialog. In einer unsicheren Wirtschaftslage setzt sich Saint-Gobain für den Erhalt der Arbeitsplätze ein. Personalabbau ist nur das allerletzte Mittel und wird im Fall des Falles sozialverträglich gestaltet.



Entwicklung von Talenten

2014 nahmen 72,9 % der Mitarbeiter an Fortbildungsmaßnahmen teil, wobei jeder Mitarbeiter im Durchschnitt rund 23,9 Schulungsstunden in Anspruch genommen hat.

Als bekannter Arbeitgeber mit vielseitigen Karriereangeboten Maßstäbe setzen - das ist das erklärte Ziel von Saint-Gobain. Die Fortbildungspolitik der Unternehmensgruppe fördert den Ausbau von Kompetenzen und das Know-how ihrer Mitarbeiter. Weltweit entwickelt Saint-Gobain berufsfeldspezifische Schulungsprogramme, die auf lokaler Ebene umgesetzt werden. Mit Hilfe des Programms „Saint-Gobain Talents“ werden Führungskräfte mit hohem Entwicklungspotential oder Schlüsselkompetenzen identifiziert. People Reviews und Nachfolgepläne sowie Mentoring-Initiativen und Partnerschaften mit bestimmten Schulen und Universitäten unterstützen diesen Ansatz.



SAINT-GOBAIN

Mitarbeiter-Porträts aus aller Welt

Jahr für Jahr lädt ein interner Fotowettbewerb alle Saint-Gobain-Mitarbeiter zur Teilnahme ein. Hier eine Auswahl der Einsendungen für den Fotowettbewerb 2014, der unter dem Motto stand „Ihre Gründe für Ihr Vertrauen in die Zukunft“.



Frankreich

„ICH HABE VERTRAUEN IN DIE ZUKUNFT, WEIL WIR UNSERE PERSÖNLICHE KREATIVITÄT IN DEN DIENST DER SAINT-GOBAIN-GRUPPE STELLEN.“

Mitarbeiter der Handelsmarke Pum Plastiques



Mexiko

„ICH HABE VERTRAUEN IN DIE ZUKUNFT, WEIL UNSER ENGAGEMENT SICH IN DER QUALITÄT UNSERER PRODUKTE NIEDERSCHLÄGT.“

Techniker bei Saint-Gobain Sekurit (Fahrzeugglas)

Thailand

„WIR HABEN VERTRAUEN IN DIE ZUKUNFT, WEIL
THAILAND DAS LAND DES LÄCHELNS IST.“

Zwei Kolleginnen bei Saint-Gobain Sekurit (Fahrzeugglas)
⋮



Polen

„ICH HABE VERTRAUEN IN DIE
ZUKUNFT, WEIL TEAMGEIST UNS
UNSCHLAGBAR MACHT.“

Mitarbeiterteam der Marke Weber (Mörtel)
⋮



Groß- britannien

„WIR HABEN VERTRAUEN IN
DIE ZUKUNFT, WEIL WIR DIE
FAB FOUR DER ARBEITS-
SICHERHEIT SIND.“

Ein Mitarbeiterteam der Marke
Gibbs & Dandy am Internationalen
Tag der Umwelt, Gesundheit und
Arbeitssicherheit 2014

Adressen

COMPAGNIE DE SAINT-GOBAIN

Frankreich
Generaldirektion

Firmensitz

Les Miroirs
18, avenue d'Alsace
F-92400 Courbevoie

Postanschrift: Les Miroirs
92096 La Défense Cedex
Frankreich
Tel.: +33 (1) 47 62 30 00
www.saint-gobain.com

INNOVATIVE WERKSTOFFE Flachglas

Tel.: +33 (1) 47 62 34 00

Hochleistungswerkstoffe

Tel.: +33 (1) 47 62 37 00

Bauprodukte

Tel.: +33 (1) 47 62 45 00

Baufachhandel

Tel.: +33 (1) 47 62 53 00

Verpackung

Tel.: +33 (1) 47 62 38 00

MITTELEUROPA

Generaldelegation

Viktoriaallee 3-5
52066 Aachen
Deutschland
Tel.: +49 (241) 51 60
www.saint-gobain.de

NORDISCHE UND BALTISCHE LÄNDER

Generaldelegation

Robert Jacobsens Vej 62A
2300 Kopenhagen
Dänemark
Tel.: +45 70 300 688

GROSSBRITANNIEN, IRLAND, SÜDAFRIKA, MOSAMBIK, NAMIBIA, SIMBABWE

Generaldelegation

Saint-Gobain House
Binley Business Park
Coventry CV3 2TT
Großbritannien
Tel.: +44 (0) 2476 56 0700
www.saint-gobain.co.uk

Büro Südafrika

Regional Head Office
77 Ostend Road
Germiston South
Südafrika
Tel.: +27 (0) 11 345 5300
www.saint-gobain.co.za

SPANIEN, PORTUGAL, MAROKKO, ALGERIEN, TUNESIEN

Generaldelegation

C/ Principe de Vergara 132
28002 Madrid
Spanien
Tel.: +34 (91) 397 20 00
www.saint-gobain.es

POLEN, RUMÄNIEN, BULGARIEN

Generaldelegation Polen

Iris B
Ul. Cybernetyki 9
02-677 Warschau
Polen
Tel.: +48 (22) 653 79 00
www.saint-gobain.pl

Büro Rumänien

Floreasca Park, Sos. Pipera 43
Building A, 3rd floor
Offices 25 - 41
Bukarest 2
Rumänien
Tel.: +40 21 207 57 00
www.saint-gobain.ro

TSCHECHISCHE REPUBLIK, SLOWAKEI, UNGARN, OSTADRIATISCHE LÄNDER

Generaldelegation

Počernická 272/96
Prag 108 03
Tschechische Republik
Tel.: +420 296 411 758
www.saint-gobain.cz

ITALIEN, ÄGYPTEN, GRIECHENLAND, TÜRKEI, LIBYEN

Generaldelegation

Via E. Romagnoli, 6
20146 Mailand
Italien
Tel.: +39 (0) 2 42 431
www.saint-gobain.it

Büro Ägypten

66, Cornish einil
Zahret ElMaadi Tower
Maadi - Heiwan
Ägypten
Tel.: +202 (252) 88 070

RUSSLAND, UKRAINE, LÄNDER DER GUS

Generaldelegation

Lefort Business Centre
Elektrozavodskaya st., 27 Bld. 3D.
107023 Moskau
Russische Föderation
Tel.: +7 (499) 929 55 70
www.saint-gobain.ru

NORDAMERIKA

Generaldelegation

750 E Swedesford Road
PO Box 860
Valley Forge, PA 19482-0101
USA
Tel.: +1 (610) 341 70 00
www.saint-gobain-northamerica.com

BRASILIEN, ARGENTINIEN, CHILE

Generaldelegation

Avenida Santa Marina, 482
Agua Branca
SP 05036-903 São Paulo
Brasilien
Tel.: +55 (11) 2246 7622
www.saint-gobain.com.br

MEXIKO, MITTELAMERIKA, KOLUMBIEN, VENEZUELA, ECUADOR, PERU

Generaldelegation

Horacio n° 1855-502
Colonia Polanco
Delegación Miguel Hidalgo
11510 Mexico DF
Mexiko
Tel.: +52 (55) 52 79 16 00
www.saint-gobain.com.mx

ASIEN-PAZIFIK

Generaldelegation

7F, Office Tower, Bund Center
222 Yan An East Road
Shanghai 200001
Volksrepublik China
Tel.: +86 (21) 63 61 88 99
www.saint-gobain.com.cn

Büro Japan

Saint-Gobain Bldg
3-7 Kojimachi, Chiyoda-ku
102-0083 Tokio
Japan
Tel.: +81 (3) 32 88 63 10
www.saint-gobain.co.jp

Büro Südkorea

Youngpoong Building 15th Floor
33, Seorin-dong
Jongno-gu
Seoul 110-752
Südkorea
Tel.: +82 2 3706 9071
www.hanglas.co.kr

Büro Thailand

(Südostasien)
12F, Gypsum Metropolitan Tower
539/2, Si Ayutthaya Road
Thanonphayathai, Ratchathewi
Bangkok 10400
Thailand
Tel.: +66 2 640 8716

Büro Australien

15 Edgars Road
Thomastown
VIC 3074
Australien
Tel.: +61 3 93 58 61 00
www.saint-gobain.com.au

INDIEN, SRI LANKA, BANGLADESCH

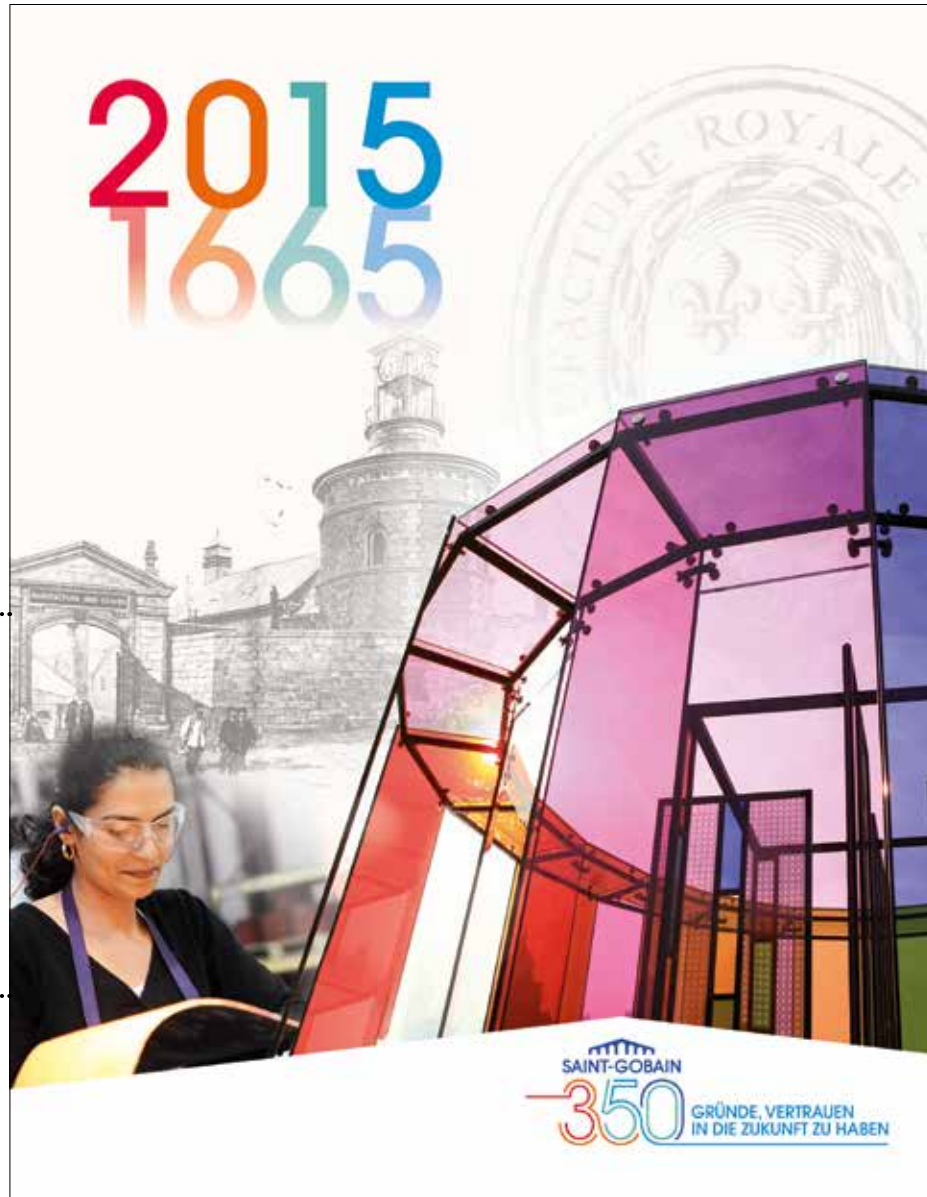
Generaldelegation

Level 5, Leela Business Park
Andheri Kurla Road
Andheri (East)
Mumbai - 400059
Indien
Tel.: +91 (022) 40 21 21 21
www.saint-gobain.co.in



Eingang der
Saint-Gobain
Manufaktur (Picardie,
Frankreich),
Stich von 1898

Technikerin in ...
einem Werk für
Schleifmittel, 2009



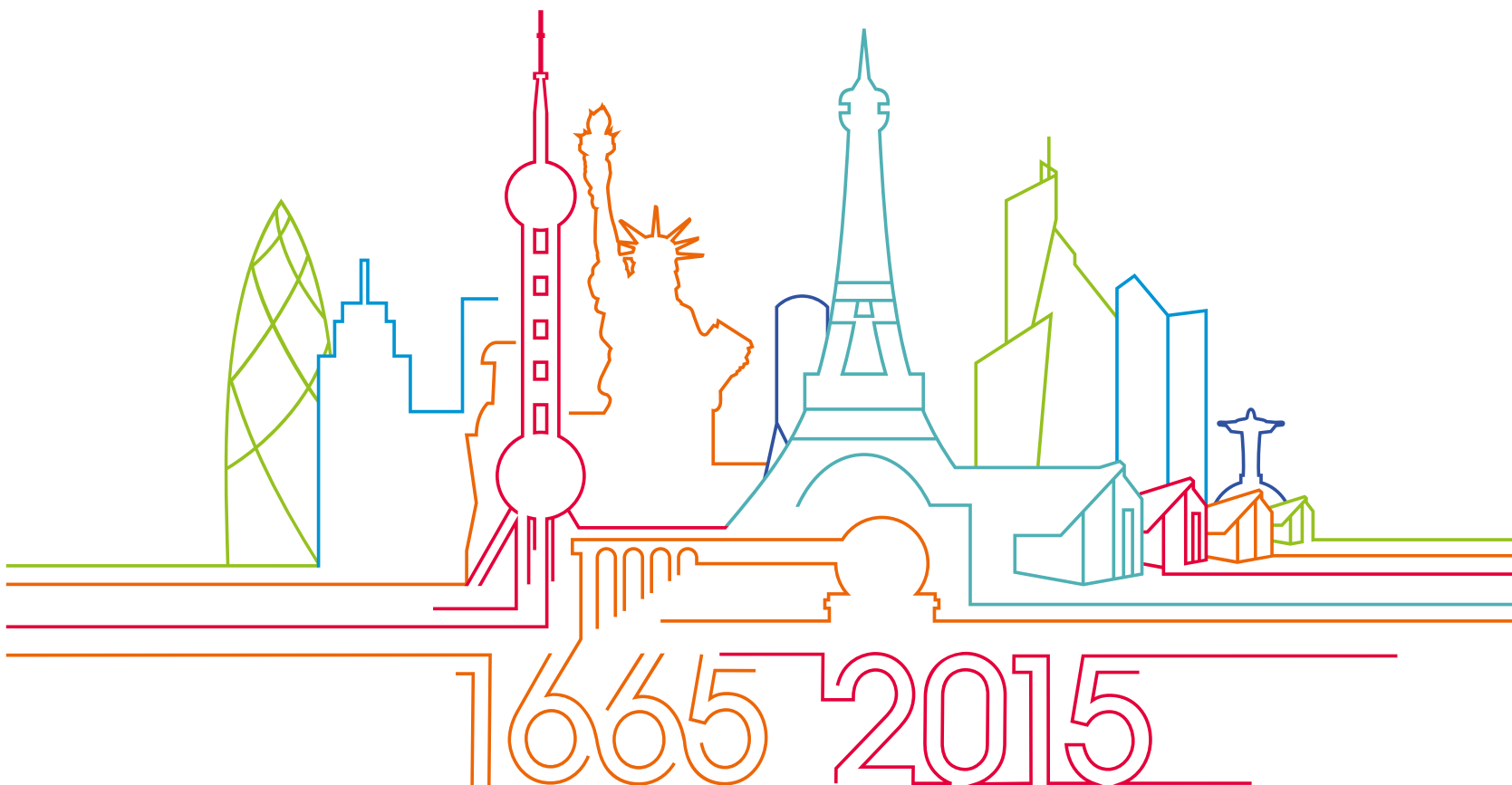
.....Stempel der königlichen
Spiegelglasmanufaktur,
Ende 17. bis 18. Jahrhundert

.....Farben-Pavillon
anlässlich des
350-jährigen Bestehens
von Saint-Gobain, 2015

Direktion Kommunikation der Compagnie de Saint-Gobain / Konzept und Ausführung: EUROKAPI – Mai 2015.

©Saint-Gobain außer S. 2 ©Saint-Gobain/Ph. Thierry Mercier, 2011, S. 4 ©Schloss Versailles, Dist. RMN-Grand Palais/Bild Schloss Versailles, S. 5 ©Saint-Gobain PAM, S. 10 ©La Photothèque, Saint-Gobain, ©Christian Gutierrez, S. 11 ©Saint-Gobain Distribution Bâtiment/Ph. Jana Elfmarkova, S. 15 ©E-GLAS / Villa Overby, Schweden, Arch. John Robert Nilsson Arkitektkontor/Ph. Lindman Photography, S. 18 ©Ph. Jean Chiscano, S. 20 ©Ph. Kari Palsila/CRAPS Oy/Arch. Olli Metso/Tiina Antinoja, ©Saint-Gobain Adfors, S. 21 ©Saint-Gobain Canalizaçao, S. 22 ©Lionel Bonaventure/AFP, S. 23 ©Ph. Damir Yusupov/Saint-Gobain Construction Products Russia, ©Louvre Pyramide, Architekt I.M. Pei, Louvre Museum, Ph. Olivier Ouadah, ©Archiv VCES a.s., ©Semitour/DR/Saint-Gobain Archiv, S. 25 ©Juha Iliskki Koivisto/Arch. Risto Eräpohja; ©Arch. Sir Horace Jones/Ph. Jelena Z / Shutterstock.com, S. 26 ©Arch. Perkins Eastman Architects/Ph. Ari Burling Photography, S. 27 ©Ph. Yang Chao Ying/Arch. Paul Andreu, ©Arch. Oscar Niemeyer/DR/ Saint-Gobain Archiv, ©2014 Pelli Clarke Pelli Architects/Grapheast/Leemage, S. 33 ©Arch. Stéphane Beel, S. 43 ©Ph. Kari Palsila/CRAPS Oy/Arch. Olli Metso/Tiina Antinoja, S. 44 ©Saatchi & Saatchi, Saint-Gobain, S. 45 ©Polaris Capricorne/Saint-Gobain, S. 47 ©Compagnie Saint-Gobain/Ph. Jean Chiscano, ©Tatyana Antonova/Delegation GUS, ©G.A.D.I., S. 49 ©Courtesy NASA/JPL-Caltech, S. 52 ©Saint-Gobain ISOVER, S. 53 ©Thierry Mercier/Saint-Gobain Recherche, S. 54 ©Virabian/Kot Illustration, S. 57 ©Lochard (Zeichner), Saint-Gobain, ©Arch. Cass Gilbert, Saint-Gobain, S. 58 ©AIRBUS S.A.S. 2012 – photo by exm company / P. PIGEYRE, S. 59 ©Thomas Déron (FR) – 2014 – Mit Dank an A Glass House, ©Saint-Gobain Performance Plastics, ©Yamada Taro/Gettyimages, S. 61 ©Saint-Gobain - Ph. Thierry Mercier, 2013, S. 62 ©Saint-Gobain Canalizaçao, S. 63 ©Phot. Lux, Saint-Gobain, S. 65 ©Saint-Gobain Canalizaçao

Gedruckt auf biologisch abbaubarem Recycling-Markenpapier, hergestellt und chlorfrei gebleicht in europäischen Werken,
die nach verschiedenen Normen zertifiziert wurden – ISO 9001 für Qualität, ISO 14001 für Umwelt, FSC und PEFC
für die Verwendung von Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft.



2015: FEIERN SIE MIT UNS DAS 350-JÄHRIGE BESTEHEN VON SAINT-GOBAIN

- Auf der Website www.saint-gobain.de
- In der Ausstellung zum Thema 350 Jahre auf www.saint-gobain350jahre.com
- In den sozialen Netzwerken



- Über den Hashtag **#SaintGobain350**



DIREKTION KOMMUNIKATION
LES MIROIRS - 92096 LA DÉFENSE CEDEX - FRANKREICH
www.saint-gobain.com