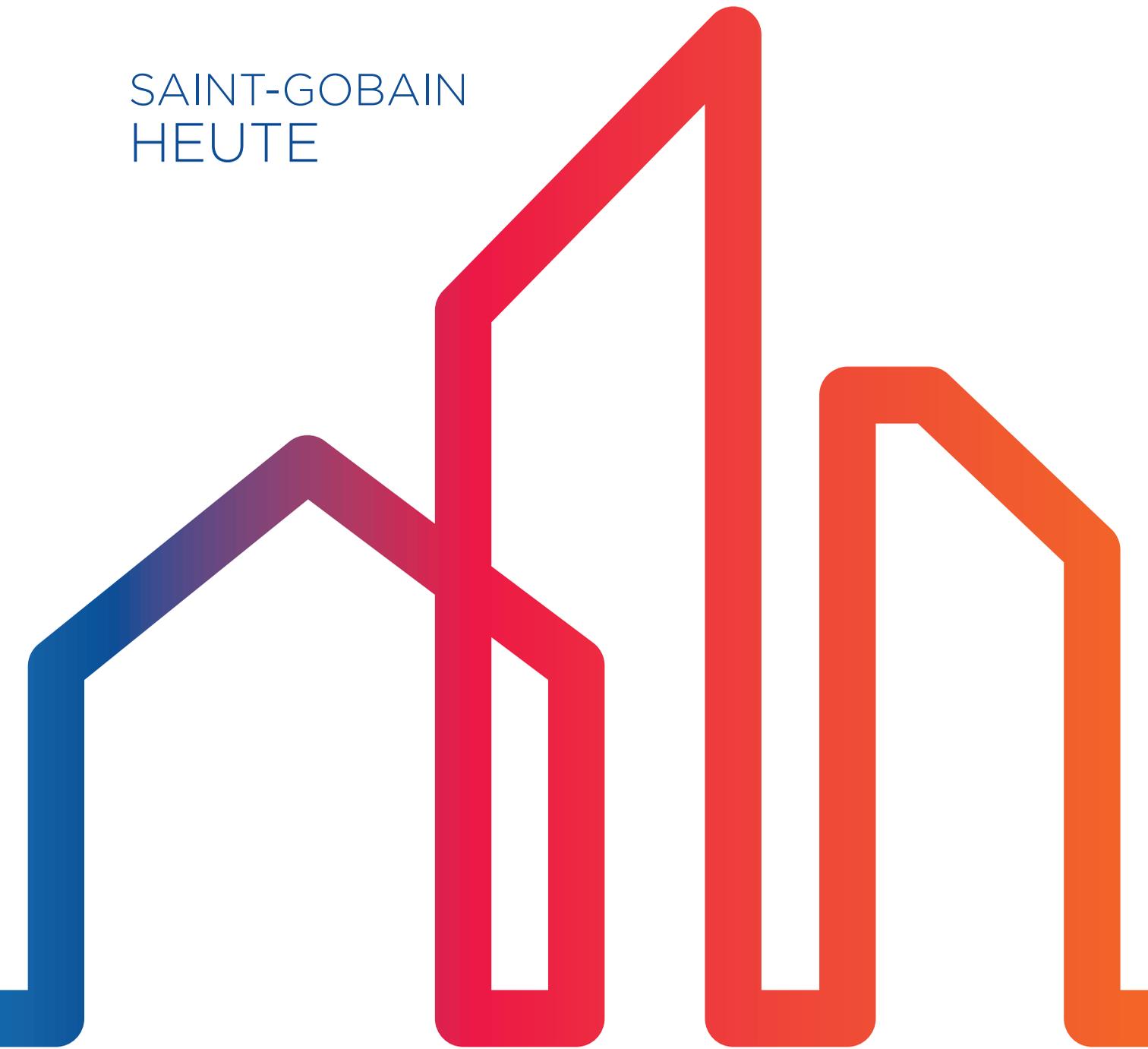


SAINT-GOBAIN
HEUTE



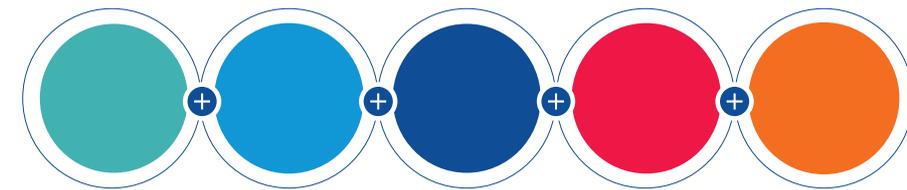
SAINT-GOBAIN MIT NEUEM ERSCHENUNGSBILD



UMWELTVERANTWORTUNG

TECHNOLOGIE,
INNOVATION

WÄRME, KOMFORT,
WOHLBEFINDEN



Seit seiner Gründung im Jahr 1665 bekennt sich Saint-Gobain zu den starken Werten einer großen, international tätigen Unternehmensgruppe, die für ihre Dynamik und Innovationsfähigkeit weltweite Anerkennung genießt. Jetzt stellt sie ihr neues Logo vor, das die Identität der Marke verkörpert und gleichzeitig die Botschaften, die vermittelt werden sollen, nämlich Innovation und Modernität, zum Ausdruck bringt.

Künftig erkennt man die Marke Saint-Gobain an einer *Skyline*. Sie soll die auf Lebensraumgestaltung und Wohlbefinden ausgerichtete Strategie symbolisieren.

Bildsprache, Farben, Schrift und redaktioneller Stil transportieren diese Ideen. Sie verleihen allen Botschaften der Marke Sinn und Substanz und unterstützen diese positive Auffassung der Veränderung.

Die neue Corporate Identity von Saint-Gobain spiegelt die Absicht des Unternehmens wider, die Marke sichtbarer zu machen und sich der Öffentlichkeit gegenüber stärker zu öffnen.

Das Logo veranschaulicht auch die multikulturelle Sichtweise der Unternehmensgruppe, die Vielfalt der Lebensräume in der Welt sowie die architektonischen Großprojekte.

Das dazugehörige graphische Konzept ist ausgesprochen lebendig und bringt die Dynamik von Saint-Gobain, einer der innovativsten Unternehmensgruppen der Welt, zum Ausdruck.

INHALT

2 • Die Saint-Gobain-Gruppe im Überblick

- 4 • Botschaft von Pierre-André de Chalendar
- 6 • Eine weltweite Unternehmensgruppe
- 8 • Kennzahlen
- 10 • Unsere Aktivitäten
- 12 • Unternehmensleitung und Corporate Governance

14 • Unsere Strategie als Weltmarktführer in der Gestaltung von Lebensräumen

- 16 • Globale Herausforderungen antizipieren
- 18 • Faszinierende Lebensräume schaffen
- 20 • Innovation für und mit unseren Kunden
- 22 • Langfristig global denken
- 24 • Zur Entwicklung von Menschen und Regionen beitragen

26 • Unsere Lösungen für Lebensräume, in denen man sich gerne aufhält

- 28 • Nachhaltige Gestaltung von Lebensräumen
- 30 • Das Multi-Komfort Konzept
- 32 • Die Industriemärkte
- 34 • Unsere Architekturprojekte
- 36 • Neue Lösungen für Lebensräume
- 38 • Service, der unseren Kunden das tägliche Leben erleichtert



Saint-Gobain entwickelt, produziert und vertreibt Produkte und Systemlösungen, die für das Wohlbefinden eines jeden und die Zukunft aller gedacht sind. Diese Produkte kommen überall in unserer Umgebung und in unserem täglichen Leben vor: in Gebäuden, Transportmitteln, Infrastrukturen sowie in zahlreichen industriellen Anwendungen. Sie sorgen für Komfort, Leistung und Sicherheit und erfüllen gleichzeitig die Anforderungen des nachhaltigen Bauens, des effizienten Umgangs mit Ressourcen und des Klimawandels.



DIE SAINT-GOBAIN- GRUPPE IM ÜBERBLICK

**SAINT-GOBAIN, WELTMARKTFÜHRER
IN DER GESTALTUNG VON LEBENS-RÄUMEN,**
ist mit mehr als 170.000 Mitarbeitern in
66 Ländern vertreten. Die Unternehmensgruppe
erwirtschaftete 2015 einen Umsatz
von 39,6 Milliarden Euro.

▼
Das Glasdach
aus SageGlass® in
der Mall of America®,
einem der größten
Einkaufszentren
der USA, in der Nähe
von Minneapolis.
Juni 2015.



„Unter den Mitarbeitern herrscht eine ausgeprägte Kultur des Antizipierens und der Innovation.“

BOTSCHAFT VON PIERRE-ANDRÉ DE CHALENDAR

Während des gesamten Jahres 2015 – bei unserer täglichen Arbeit, bei den Feierlichkeiten aus Anlass unseres 350-jährigen Bestehens und in unseren engagierten Wortmeldungen im Vorfeld der Klimakonferenz COP21 – hat die Saint-Gobain-Gruppe klar und deutlich ihre Identität zum Ausdruck gebracht und ihren strategischen Kurs zu erkennen gegeben: Sie will faszinierende Lebensräume schaffen und das tägliche Leben verbessern.

Die Schaffung faszinierender Lebensräume setzt voraus, dass man an das Wohlbefinden jedes Einzelnen denkt, wo immer er sich auch aufhält, und dabei seine Erwartungen an Komfort, Leistung, Sicherheit oder Barrierefreiheit erfüllt. Darüber hinaus gilt es, Lösungen bereitzustellen, die eine Antwort auf die großen Herausforderungen der heutigen Welt bieten. Die Saint-Gobain-Gruppe ist sich ihrer Verantwortung als Verursacher von Treibhausgasemissionen ebenso bewusst wie ihrer Verantwortung als Anbieter energieeffizienter Lösungen. Sie kann die Herausforderungen der weltweiten Urbanisierung und Industrialisierung als Wachstumschance nutzen.

Die Schaffung faszinierender Lebensräume bedeutet auch die Fortführung der strategischen Neuausrichtung von Saint-Gobain sowie die Stärkung der Unternehmensgruppe gegenüber kurzfristigen Unwägbarkeiten im Bausektor. Die Gruppe hat ihr Geschäftsportfolio 2015 deutlich verändert: Verallia wurde unter sehr günstigen Bedingungen veräußert. Den geplanten Erwerb der mehrheitlichen Kontrolle an Sika, dem Weltmarktführer für Bauchemie, hat sie weiter vorangetrieben. Darüber hinaus setzte sie ihre Bemühungen zur Steigerung der operativen Exzellenz fort.

Dazu haben wir einige starke Trümpfe in der Hand: ein einzigartiges Produkt-Know-how, hohe Forschungs- und Innovationskompetenz entlang der gesamten Wertschöpfungskette, eine offene Führungskultur, die den Unternehmergeist nah am Kunden fördert, sowie ein Geschäftsmodell, das auf einem verantwortungsbewussten Management unserer Aktivitäten basiert.

Welche Prioritäten haben wir für das Jahr 2016 und die kommenden Jahre? Die Differenzierung unserer Lösungen durch unsere F&E-Arbeit, Fortschritte in der verantwortungsbewussten Unternehmensführung, Stärkung der Position von Saint-Gobain in neuen Ländern und Entwicklung eines immer innovativeren Online-Angebots. Der digitale Wandel wirkt sich auf unsere interne Organisation aus, Ideen machen schneller die Runde, und die Art der Zusammenarbeit verändert sich. Von Grund auf gewandelt hat sich auch das Verhältnis zu unseren Kunden: Im Bereich Lebensraumgestaltung verschwimmen die Grenzen zwischen Firmen- und Privatkunden, und die Endnutzer unserer Produkte werden bei der Wahl der Baustoffe eine immer größere Rolle spielen. Die Endverbraucher werden zu Schlüsselakteuren im Bausektor.

Darum haben wir die Positionierung der Marke Saint-Gobain gestärkt und unser Logo verändert. Wir wollten ein Logo, das uns entspricht und deutlicher auf unser Kerngeschäft und unseren Referenzmarkt verweist, ein dynamisches Logo mit vielen Farben. Denn so jung und agil wie nach über 300-jähriger Firmengeschichte war Saint-Gobain noch nie!

EINE WELTWEITE UNTERNEHMENSGRUPPE

STANDORTE UND INTERDISZIPLINÄRE F&E-ZENTREN



66 LÄNDER

ÄGYPTEN	DÄNEMARK	ITALIEN	LUXEMBURG	POLEN	SLOWAKEI	TÜRKEI
ALGERIEN	DEUTSCHLAND	JAPAN	MALAYSIA	PORTUGAL	SLOWENIEN	UKRAINE
ARGENTINIEN	ESTLAND	JORDANIEN	MAROKKO	REPUBLIK IRLAND	SPANIEN	UNGARN
AUSTRALIEN	FINNLAND	KANADA	MEXIKO	RUMÄNIEN	SÜDAFRIKA	USA
BELGIEN	FRANKREICH	KATAR	NEUSEELAND	RUSSLAND	SÜDKOREA	VENEZUELA
BHUTAN	GHANA	KOLUMBIEN	NIEDERLANDE	SAUDI-ARABIEN	SYRIEN	VEREINIGTE ARABISCHE EMIRATE
BRASILIEN	GRIECHENLAND	KUWAIT	NORWEGEN	SCHWEDEN	TANSANIA	VIETNAM
BULGARIEN	GROSSBRITANNIEN	LETTLAND	OMAN	SCHWEIZ	THAILAND	
CHILE	INDIEN	LIBANON	ÖSTERREICH	SERBIEN	TSCHECHISCHE REPUBLIK	
CHINA	INDONESIEN	LITAUEN	PERU	SIMBABWE		

MITARBEITER



MEHR ALS
170.000

MITARBEITER WELTWEIT



99
NATIONALITÄTEN



27.576
NEUEINSTELLUNGEN IM JAHR 2015



MEHR ALS
4,4 MILLIONEN
STUNDEN FORTBILDUNG IN DER UNTERNEHMENSGRUPPE

F&E

8
INTERDISZIPLINÄRE FORSCHUNGSZENTREN

DEUTSCHLAND
HERZOGENRATH

BRASILIEN
CAPIVARI

CHINA
SHANGHAI

USA
NORTHBORO

FRANKREICH
AUBERVILLIERS
CAVAILLON
CHANTEREINE

INDIEN
CHENNAI



FAST 350
PATENTANMELDUNGEN IN 2015

PRODUKTE



RUND
950
PRODUKTIONSSTANDORTE



JEDES VIERTE,
VON SAINT-GOBAIN VERKAUFTE PRODUKT, GAB ES VOR 5 JAHREN NOCH NICHT



85%
DES UMSATZES ENTFALLEN AUF DEN BEREICH LEBENSRAUMGESTALTUNG



FAST 4.100
VERKAUFSNIEDERLASSUNGEN

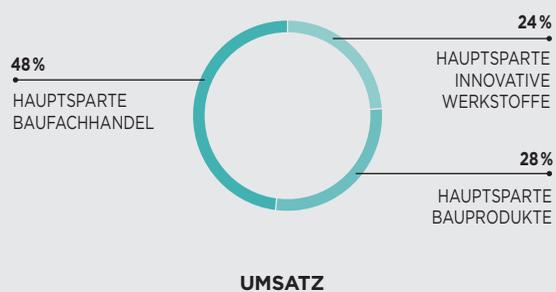
KENNZAHLEN

FINANZERGEBNISSE 2015

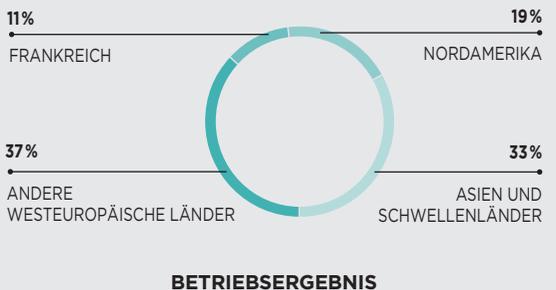
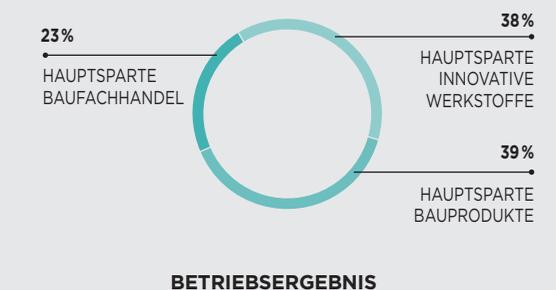
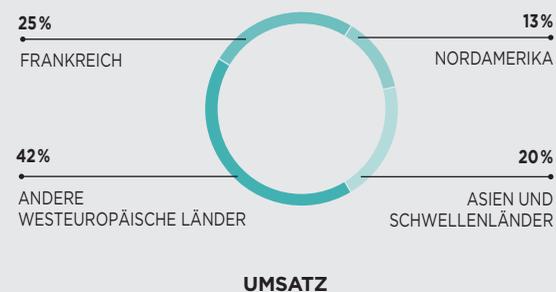
UMSATZ
39,6 Mrd. €

BEREINIGTES NETTOERGEBNIS
1,2 Mrd. €

VERTEILUNG NACH HAUPTSPARTEN



VERTEILUNG NACH GEOGRAPHISCHEN ZONEN



DIE SAINT-GOBAIN-AKTIE

DIE AKTIE IST AN DER EURONEXT PARIS, COMPARTMENT A, GELISTET (ISIN-Code FR 0000 125007). Sie belegte am 31. Dezember 2015 den 27. Rang des CAC 40 (22.352 Millionen Euro) und den 17. Rang unter den meistgehandelten Aktien an dieser Börse im Jahr 2015 mit durchschnittlich 2.325.017 gehandelten Aktien pro Tag.

DIE SAINT-GOBAIN-AKTIE ist auch an den wichtigsten europäischen Börsenplätzen notiert: Frankfurt, London und Zürich (seit 1987), Amsterdam und Brüssel (seit 1988).

DARÜBER HINAUS ist die Saint-Gobain-Aktie vertreten:

> **im DJ Euro Stoxx 50**, dem Aktienindex der 50 größten börsennotierten Unternehmen der Eurozone, und im Weltindex „The Global Dow“, der 150 Gesellschaften aus traditionellen und innovativen Branchen umfasst.

> **in den folgenden Indizes für nachhaltige Entwicklung und verantwortungsbewusste Unternehmensführung:** MSCI Global Sustainability Indexes, STOXX® Global ESG Leaders, Euronext-Vigeo Europe 120, Euronext Vigeo Eurozone 120, ESI Excellence Europe d'Ethibel und FTSE4Good.

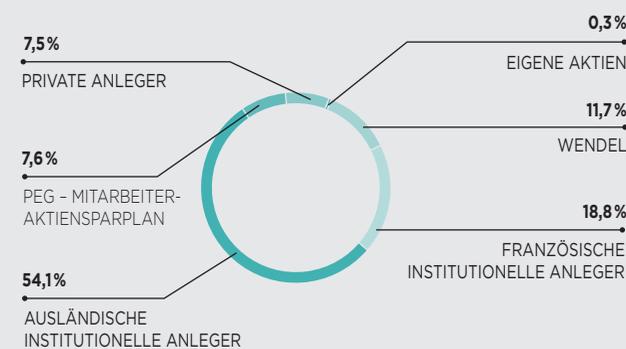


GESAMTZAHL DER AKTIEN
(Stand: 31. Dezember 2015)

560.943.439

KAPITALSTRUKTUR

(Stand: 31. Dezember 2015)



Mehr erfahren Sie unter:
www.saint-gobain.com

Direktion für Finanzkommunikation
actionnaires@saint-gobain.com

0 800 323 333 Service & appel gratuits

oder telefonisch unter
+33 (0)1 47 62 33 33

Scannen und „Saint-Gobain Shareholder“ herunterladen, unsere Smartphone-App für Aktionäre.

UNSERE AKTIVITÄTEN



STRATEGISCHE, KOMPLEMENTÄRE POSITIONEN

IN BAUSTOFF-TECHNOLOGIEN

SAINT-GOBAIN IST IN
DREI HAUPTSPARTEN
UNTERTEILT



14 GENERALDELEGATIONEN

VERTRETEN DIE SAINT-GOBAIN-GRUPPE IN
DEN LÄNDERN, IN DENEN DIESE PRÄSENT IST,
UND KOORDINIEREN DIE MASSNAHMEN DER
EINZELNEN GESELLSCHAFTEN.



24%
des Umsatzes

INNOVATIVE WERKSTOFFE

Die Hauptsparte Innovative Werkstoffe (Flachglas und Hochleistungswerkstoffe) hält ein einzigartiges Angebot an Werkstoffen und technischen Verfahren für die Bereiche Lebensraumgestaltung, Mobilität, Gesundheit und Industrie bereit. Sie ist das technologische und industrielle Standbein der Saint-Gobain-Gruppe.

FLACHGLAS

Nr. 1 IN EUROPA
Nr. 2 WELTWEIT

In 42 Ländern vertreten
Fast 32.000 Mitarbeiter

HOCHLEISTUNGSWERKSTOFFE

Nr. 1 WELTWEIT

In 45 Ländern vertreten
Fast 27.000 Mitarbeiter



28%
des Umsatzes

BAUPRODUKTE

Die Hauptsparte Bauprodukte bietet Komfort verbessernde Lösungen für den Innenausbau und die Außengestaltung: Gips, Schallschutz und Wärmedämmung, Fassadenbeschichtungen, Dächer und Kanalrohre.

Nr. 1 WELTWEIT

- Gipsplatten und Gips
- Dämmstoffe (alle Dämmstoffe zusammengenommen)
- Fliesenkleber
- Werkmörtel
- Rohre aus duktilem Gusseisen

Nr. 1 IN EUROPA

- Fassadenbeschichtungen

Nr. 2 IN DEN USA

- Fassadenprodukte

In 61 Ländern vertreten
Fast 47.000 Mitarbeiter



48%
des Umsatzes

BAUFACHHANDEL

Die Hauptsparte Baufachhandel kennt den Bedarf ihrer Kunden ganz genau, ob Baufachbetriebe, private Bauherren oder Baukonzerne. Sie bedient die Märkte Neubau, Renovierung und Raumgestaltung.

Nr. 1 IN EUROPA

- Baufachhandel

In 24 Ländern vertreten
Fast 61.000 Mitarbeiter

UNTERNEHMENSLEITUNG

(Stand: 12. März 2016)



PIERRE-ANDRÉ DE CHALENDAR
Präsident und CEO



CLAUDE IMAUVEN
Chief Operating Officer



BENOIT BAZIN
Senior Vice-President,
Direktor der Hauptsparte
Bauprodukte



JOHN CROWE
Senior Vice-President,
Generaldelegierter
für Nordamerika



KÅRE MALO
Senior Vice-President,
Direktor der Hauptsparte
Baufachhandel



CLAIRE PEDINI
Senior Vice-President,
Personaldirektorin



JEAN-FRANÇOIS PHELIZON
Senior Vice-President,
Direktor Internes Audit
und Interne Kontrolle



GUILLAUME TEXIER
Finanzdirektor



ANTOINE VIGNIAL
Generalsekretär, zuständig
für Verantwortungsbewusste
Unternehmensführung



PATRICK DUPIN
Direktor der Sparte
Flachglas (Innovative
Werkstoffe*)



LAURENT GUILLOT
Direktor der Sparte
Hochleistungswerkstoffe
(Innovative Werkstoffe*)



FABRICE DIDIER
Marketingdirektor



DELPHINE GENY-STEPHANN
Direktorin für Planung
und Strategie



CHARLES HUFNAGEL
Direktor für
Kommunikation



BENOIT D'IRIBARNE
Generaldelegierter für
Deutschland, Österreich
und die Benelux-Länder



DIDIER ROUX
Direktor für Forschung
und Entwicklung sowie
für Innovation

* Pierre-André de Chalendar ist Supervisor der Hauptsparte Innovative Werkstoffe.

CORPORATE GOVERNANCE

VERWALTUNGSRAT

(Stand: 1. Januar 2016)

PIERRE-ANDRÉ DE CHALENDAR
Präsident und CEO der
Compagnie de Saint-Gobain

ISABELLE BOUILLOT
Präsidentin von China
Equity Links

ALAIN DESTRAIN
Arbeitnehmersvertreter
im Verwaltungsrat

JEAN-MARTIN FOLZ
Verwaltungsratsmitglied in
verschiedenen Gesellschaften

BERNARD GAUTIER
Vorstandsmitglied
von Wendel

ANNE-MARIE IDRAC
Vorsitzende des Aufsichtsrates
des Flughafens Toulouse-
Blagnac

SYLVIA JAY
Verwaltungsratsmitglied in
verschiedenen Gesellschaften

PAMELA KNAPP
Verwaltungsratsmitglied in
verschiedenen Gesellschaften

PASCAL LAÏ
Arbeitnehmersvertreter im
Verwaltungsrat

AGNÈS LEMARCHAND
Verwaltungsratsmitglied in
verschiedenen Gesellschaften

FRÉDÉRIC LEMOINE
Vorstandsvorsitzender
von Wendel

JACQUES PESTRE
Senior Vice-President von
Saint-Gobain Distribution
Bâtiment France, zuständig
für die Marke POINT.P,
und Verwaltungsratsmitglied
als Vertreter der
Mitarbeiteraktionäre

OLIVIA QIU
Direktorin für Innovation
von Philips Lighting,
Executive Vice-President
von Philips

DENIS RANQUE
Vorsitzender des
Verwaltungsrates
der Airbus-Gruppe

GILLES SCHNEPP
Präsident und CEO
von Legrand

JEAN-DOMINIQUE SENARD
Vorsitzender der
Geschäftsführung
von Michelin

PHILIPPE VARIN
Vorsitzender des
Verwaltungsrates
von Areva

*Sekretär des
Verwaltungsrates:*

ANTOINE VIGNIAL
Generalsekretär
der Compagnie de Saint-Gobain

GENERALDELEGIERTE

DAVID ANDERSON
Generaldelegierter für
die afrikanischen Länder
südlich der Sahara

DOMINIQUE AZAM
Generaldelegierter für Mexiko,
die Länder Mittelamerikas,
Venezuela, Kolumbien,
Ecuador und Peru

MIKE CHALDECOTT
Generaldelegierter für
Großbritannien und Irland

JOHN CROWE
Generaldelegierter
für Nordamerika

ERWAN DUPUY
Generaldelegierter
für Russland, die Ukraine
und die GUS-Länder

JAVIER GIMENO
Generaldelegierter für
die Region Asien-Pazifik

THIERRY FOURNIER
Generaldelegierter für Brasilien,
Argentinien und Chile

BENOIT D'IRIBARNE
Generaldelegierter für
Deutschland, Österreich
und die Benelux-Länder

THIERRY LAMBERT
Generaldelegierter für
Nordeuropa und das Baltikum

ANAND MAHAJAN
Generaldelegierter für Indien,
Sri Lanka und Bangladesch

FRANÇOIS-XAVIER MOSER
Generaldelegierter für Polen,
Bulgarien, Rumänien und
die Türkei

HADY NASSIF
Generaldelegierter für
den Nahen Osten

TOMÁŠ ROSAK
Generaldelegierter für
die Tschechische Republik,
die Slowakei, Ungarn
und die Ostadria-Länder

GIANNI SCOTTI
Generaldelegierter für
den Mittelmeerraum
(Spanien, Italien, Portugal,
Griechenland, Marokko,
Algerien, Tunesien und Libyen)

UNSERE STRATEGIE ALS WELTMARKTFÜHRER IN DER GESTALTUNG VON LEBENS-RÄUMEN

DIE SAINT-GOBAIN-GRUPPE NUTZT DAS FACHWISSEN IHRER GESELLSCHAFTEN, um Gebäude komfortabler, energiesparender und angenehmer im täglichen Leben zu machen und gleichzeitig den Herausforderungen des Klimawandels und des Umweltschutzes zu begegnen.

▼
Die drei „Multi-Komfort-Häuser“ in Myklebust, Norwegen, 2015 vollständig von den Saint-Gobain-Marken Optimera und Dahl errichtet.



Globale Herausforderungen antizipieren

Saint-Gobain antizipiert und begleitet die Trends, die der Welt ein neues Gesicht verleihen, insbesondere im Bausektor und im Bereich der Vertriebskanäle.

Grundtendenzen, die unsere Welt verändern

Konsumverhalten

- Komfort
- Personalisierung
- Entwicklung von Unternehmerteilgeist
- Affinität zur Marke

Technologien

- Neue Produkte
- Partnerschaftliche Entwicklung
- Vereinfachung der Organisationsstrukturen
- Digitalisierung der Organisationsstrukturen
- Digitale Revolution

Gesellschaft & Demographie

- Verstädterung
- Entstehung neuer Mittelschichten
- Bevölkerungswachstum
- Generation „Millennium“
- „Seniorenwirtschaft“

Wirtschaftlicher Wandel

- Entstehung neuer Konkurrenz
- „Kommoditisierung“
- „Made in USA“

Umwelt

- Erschöpfung der natürlichen Ressourcen
- Klimawandel

Die Herausforderungen des Klimawandels

Die Sorgen um den Klimawandel und die Verknappung der natürlichen Ressourcen werden die kommenden Jahrzehnte entscheidend prägen. Überall auf der Welt richten die Staaten ihre Politik auf eine Reduzierung der Treibhausgasemissionen aus. Im Rahmen der Klimakonferenz COP21, die im Dezember 2015 in Paris stattfand, haben sich die 195 teilnehmenden Partner auf die Klimarahmenkonvention der Vereinten Nationen (UNFCCC) geeinigt und sich zu deren Einhaltung verpflichtet. Dank ihres umfassenden Know-hows und der Synergien zwischen ihren diversen Aktivitäten kann die Saint-Gobain-Gruppe leistungsstarke und innovative Lösungen für die Märkte Neubau und Renovierung entwickeln und damit dem Klimawandel und den daraus resultierenden gesetzlichen Verpflichtungen effiziente Konzepte entgegensetzen. Das „Multi-Komfort“-Programm von Saint-Gobain verbindet Energieeffizienz mit Komfort in allen seinen Formen: thermischer, raumakustischer, visueller Komfort, Gesundheit, modulare Systeme und Sicherheit.

Die Herausforderungen des Bevölkerungswachstums und der Verstädterung

2050 werden auf der Erde voraussichtlich 9,7 Milliarden Menschen leben. Dieses demographische Wachstum geht mit einer Urbanisierung einher, die sich auf den asiatischen und den afrikanischen Kontinent konzentrieren und einen erhöhten Bedarf an Wohnungen und Infrastrukturen mit sich bringen wird. Saint-Gobain ist rund um den Globus mit Standorten vertreten und verfügt über fundierte Kenntnisse der regionalen Gegebenheiten. Damit kann sich das Unternehmen auf diesem vielversprechenden Markt positionieren, Lösungen anbieten, die auf die lokalen Märkte zugeschnitten sind, und so die wachsende Nachfrage nach erschwinglichem und nachhaltig gebautem Wohnraum befriedigen.

Kreislaufwirtschaft: Die Herausforderungen der Ressourcen-Verknappung

Der Verbrauch von natürlichen Ressourcen könnte sich bis 2050 verdreifachen. Ein sorgfältiges Ressourcenmanagement beruht auf einem Lebenszykluskonzept, mit dem das Thema

Bauen ganzheitlich betrachtet wird – von der Rohstoffgewinnung bis zum Gebäudeabriss und -recycling. Saint-Gobain unterstützt die Vision des umweltbewussten Bauens, die dazu beiträgt, natürliche Ressourcen zu schonen.

Digitalisierung: Multichannel-Lösungen und „Digitale Lebensraumgestaltung“

Die digitale Welt definiert den Informationsaustausch auf allen Ebenen neu. Die digitale Integration von Gebäuden führt zu technischen Veränderungen im Bauwesen: Building Information Modeling (Gebäudedatenmodellierung), kurz BIM, und die Haustechnik lassen die Nachfrage nach intelligenteren Werkstoffen steigen. Als kundenorientiertes Unternehmen antizipiert die Saint-Gobain-Gruppe die Umschichtung ihrer Märkte, die durch die Einführung neuer digitaler Tools entsteht. Ihre Multichannel-Strategie ermöglicht die Differenzierung des Unternehmensangebots und sorgt für eine optimale Präsenz ihrer Produkte und Marken. ●

Gebäude

40%
des Energieverbrauchs

35%
des Treibhausgasausstoßes

Quelle: Energy Union Package: „A Framework Strategy for a Resilient Energy Union with a Forward-Looking Climate Change Policy“, Mitteilung der europäischen Kommission (2015).



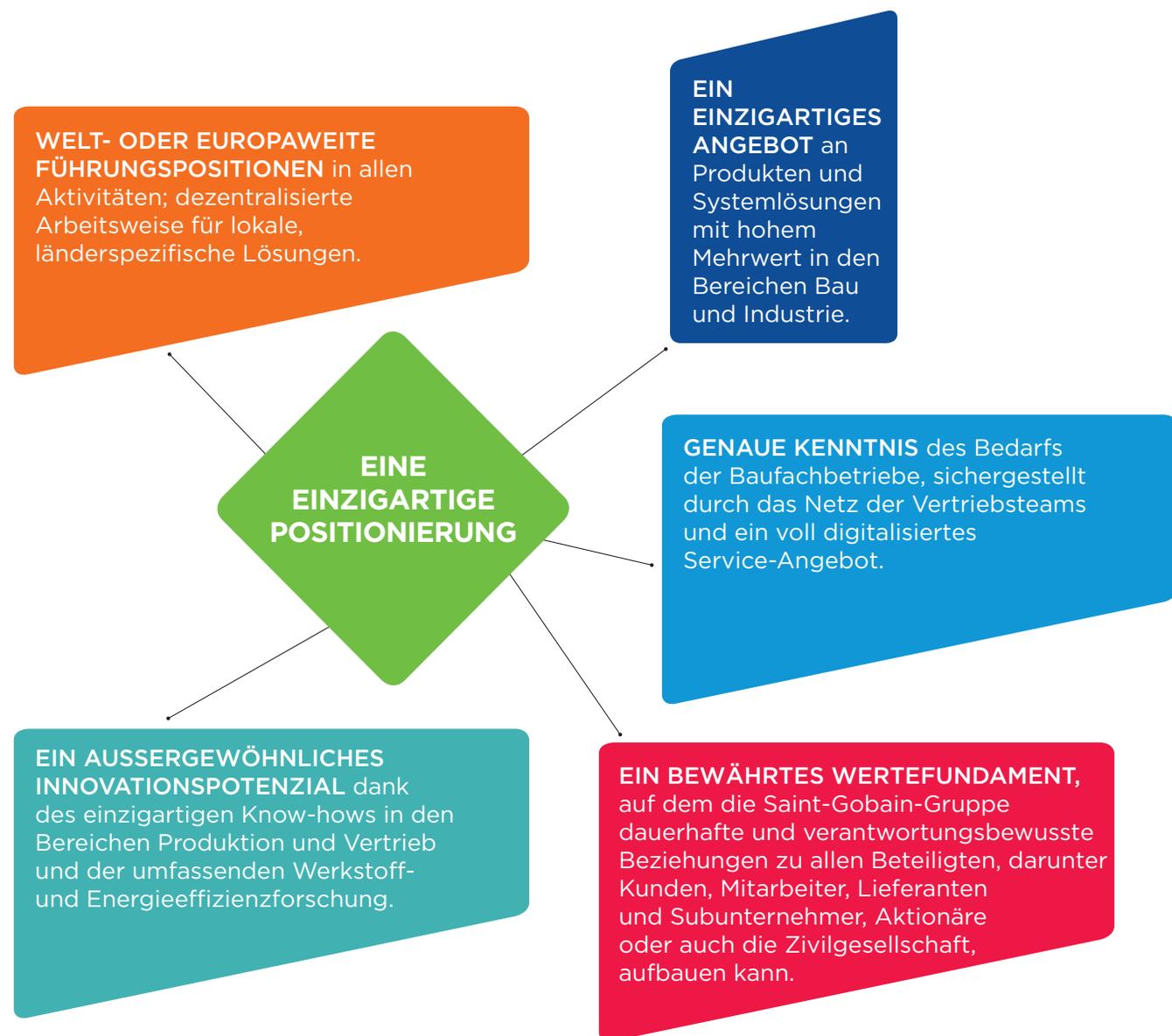
Der Verbrauch von natürlichen Ressourcen könnte sich bis 2050

verdoppeln
oder sogar
verdreifachen

Quelle: Climate Change 2014: „Mitigation of Climate Change“, Beitrag der Arbeitsgruppe III zum fünften Bewertungsbericht (AR5) des IPCC aus dem Jahr 2014.

FASZINIERENDE LEBENS-RÄUME SCHAFFEN

Die Saint-Gobain-Gruppe erwirtschaftet 80 % ihres Umsatzes auf den Märkten des Baus. Sie will es jedem Menschen ermöglichen, sich dort wohlfühlen, wo er sich gerade aufhält, immer den Grundsätzen der nachhaltigen Entwicklung folgend. Ob zu Hause, bei der Arbeit oder unterwegs – die Lösungen der Saint-Gobain-Gruppe tragen zum Wohlbefinden eines jeden und zur Zukunft aller bei.



IN EINER ZUNEHMEND URBANISIERTEN WELT, in der die Menschen fast 90 % ihrer gesamten Zeit im Inneren von Gebäuden oder Fahrzeugen verbringen, wird es immer dringlicher, komfortablere und energieeffizientere Lebensräume zu entwerfen und zu schaffen. Immer zahlreicher werden die Studien und Daten, die zeigen, wie sehr ein mehr oder weniger gut angepasstes Umfeld die Produktivität am Arbeitsplatz, die kognitiven Fähigkeiten in den Bildungsstätten oder auch ganz generell die Gesundheit beeinflusst.

Dieses Streben nach Wohlbefinden geht mit dem Ziel einer nachhaltigen Entwicklung einher. Die Frage, wie stark Energiekosten die Kaufkraft der Bevölkerung beeinträchtigen, die Notwendigkeit, natürliche Ressourcen zu schonen und den Klimawandel zu bekämpfen, sind Anliegen, die die Saint-Gobain-Gruppe in den Mittelpunkt ihres unternehmerischen Handelns stellt.

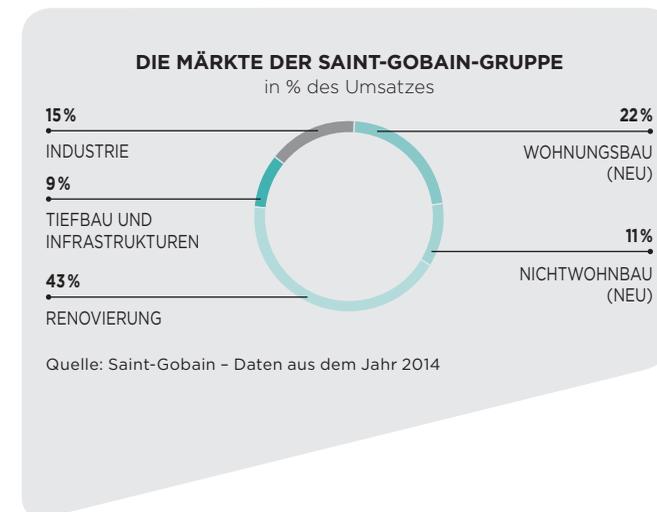
MEHRERE HEBEL STÜTZEN DIE UMSETZUNG DER SAINT-GOBAIN-STRATEGIE Zunächst das leidenschaftliche Interesse für Werkstoffe, das den

Antrieb für die Saint-Gobain-Teams in den Fabriken, Forschungszentren und Verkaufsstellen bildet. Die hochinnovativen Werkstoffe von Saint-Gobain sind mit Serviceleistungen kombiniert, die das Leben der Kunden erleichtern. Sie sind so konzipiert, dass sie während ihres gesamten Lebenszyklus den höchsten Qualitätsstandards entsprechen.

INNOVATION ALS FESTER BESTANDTEIL DER UNTERNEHMENS-DNA Seit 350 Jahren trägt die Saint-Gobain-Gruppe sämtliche industriellen und technologischen Revolutionen mit. Bei der Entwicklung ihrer Produkte räumt sie Kriterien wie Leistung, Komfort und Sicherheit oberste Priorität ein und initiiert zahlreiche bereichsübergreifende Projekte, auch im Rahmen von Partnerschaften und gemeinschaftlicher Entwicklungsarbeit. Eine neue Herausforderung ist die Integration von Digitalsystemen in Gebäude und im weiteren Sinne in alle Serviceleistungen für die Kunden. Daran arbeitet Saint-Gobain im Rahmen zahlreicher Initiativen in den Bereichen F&E, Marketing, Produktion, Logistik und Handel.

ENGE KUNDENBEZIEHUNGEN Alle Aktivitäten von Saint-Gobain entwickeln Maßnahmen, um ihre Kunden besser kennenzulernen, deren Erwartungen zu erfüllen und eine höhere Kundenzufriedenheit zu erzielen. Das Netz der Saint-Gobain-Vertriebsmarken sorgt für maximale Nähe und privilegierte Partnerschaften mit gewerblichen Kunden und Endverbrauchern, die unbedingt notwendig sind, wenn man deren Wünsche antizipieren und Lösungen für die Zukunft entwickeln will.

EINE EINZIGARTIGE KULTUR, GEPRÄGT VON OFFENHEIT UND VERANTWORTUNG, die sich sowohl in der internen Arbeitsweise (Dezentralisierung der Entscheidungen, sozialer Dialog, Politik zur Anwerbung neuer Talente) als auch im Verhältnis zum lokalen Umfeld widerspiegelt. In ihrer Weiterentwicklung stützt sich die Saint-Gobain-Gruppe auf ihre Fähigkeit, sich neu zu erfinden und gleichzeitig ihren Werten treu zu bleiben. Sie denkt global und langfristig und verpflichtet sich zu einem transparenten, nachhaltigen Management ihrer Aktivitäten. Saint-Gobain setzt alles daran, das Leben der Menschen positiv zu beeinflussen und dabei so lokal wie möglich zu agieren. ●



INNOVATION FÜR UND MIT UNSEREN KUNDEN

Zum fünften Mal in Folge gehört Saint-Gobain zu den Top 100 Global Innovators von Thomson Reuters, den 100 innovativsten Unternehmen der Welt. Innovation ist fester Bestandteil der DNA der Saint-Gobain-Gruppe.



F&E IM MITTELPUNKT DER SAINT-GOBAIN-STRATEGIE

Forschung und Innovation sind Kernaspekte der Saint-Gobain-Strategie. Das kontinuierliche Engagement der Saint-Gobain-Gruppe zur Weiterentwicklung ihrer Innovationskultur trägt Früchte. Sie wird diese Bemühungen auch in den kommenden Jahren fortsetzen – insbesondere bei den Investitionen –, um ihre Führungspositionen zu behaupten bzw. auszubauen und gleichzeitig ihr hohes Leistungsniveau und ihre operative Exzellenz aufrechtzuerhalten.

F&E-PROGRAMME ALS WACHSTUMSMOTOREN FÜR DIE UNTERNEHMENSGRUPPE

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. Enge Kontakte zum Marketing geben den Entwicklungsteams die Möglichkeit, die Bedürfnisse der Kunden frühzeitig zu erkennen und zu berücksichtigen. Die vorrangige Aufgabe der F&E besteht darin, die zahlreichen Unternehmensaktivitäten durch gezielte Forschungsprojekte aktiv und vorausschauend zu unterstützen. 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 Wandlungsprozesse im Bereich der Technik und auf den Märkten antizipieren.

INNOVATION MIT UNSEREN KUNDEN

Saint-Gobains strategische Entwicklung und die Veränderungen im Bausektor erfordern einen offenen, kundenorientierten Ansatz. Um die heutigen und die künftigen Anforderungen der Kunden zu erfüllen, hat sich Saint-Gobain gezielt einer Kultur der Partnerschaft und Ko-Entwicklung verschrieben. In vielen Ländern arbeiten verschiedene Saint-Gobain-Aktivitäten im Rahmen des Multi-Komfort-Konzepts zusammen (siehe Seiten 30-31), um effiziente Systemlösungen zu schaffen und Forschung und Innovation noch weiter voranzutreiben. Auf der Grundlage dieses Konzepts wurden gemeinsam mit anderen Akteuren des Bausektors Wohnungsbau- und Renovierungsprojekte lanciert. Die Multi-Komfort-Projekte ermöglichen es den Saint-Gobain-Teams in den verschiedenen Ländern, den Zusammenhang zwischen der

Gebäudeeffizienz und dem Verhalten der Bewohner bzw. der Saint-Gobain-Produkte besser zu erkennen. Auf diese Weise können immer leistungsstärkere Lösungen entwickelt werden.

MOBILISIERUNG ALLER INTERNEN UND EXTERNEN RESSOURCEN

Über den gesamten Innovationsprozess hinweg stützt sich Saint-Gobain auf die Teams aus der F&E, der Produktion, dem Marketing und dem Vertrieb. Doch die Komplexität der Ökosysteme und die Beschleunigung des technologischen Fortschritts erfordern immer häufiger eine Zusammenarbeit mit

externen Partnern, deren Know-how das Können der Saint-Gobain-Gruppe ergänzt. Ganz oben auf der Liste steht das internationale Netzwerk mit Partneruniversitäten: Immer öfter arbeitet Saint-Gobain mit Hochschulen in China (Tsinghua in Peking, Fudan und Tongji in Schanghai) und Indien zusammen. Auch in Brasilien wurden im Zuge der Einrichtung des neuen F&E-Zentrums in Capivari erste Forschungsverträge geschlossen. Darüber hinaus hat Saint-Gobain 2015 zum fünften Mal seinen Innovationswettbewerb NOVA veranstaltet, der seit seiner Einführung im Jahr 2008 Start-ups mit innovativen Ideen in den

Bereichen Baustoffe, Energieeffizienz, grüne Technologien, Lösungen zur Licht-Integration, Bau-Serviceleistungen oder Hightech-Werkstoffe auszeichnet. Die drei prämierten Start-ups wurden unter 270 Bewerbern aus 37 Ländern ausgewählt. 2015 war die Saint-Gobain-Gruppe auch Partner des Pariser Gründerzentrums Impulse Labs, das sich auf den Bau- und Energiesektor spezialisiert hat. Bereits vorher war sie Partner von Partech Shaker (Frankreich), einem IT-Gründerzentrum, und von Greentown Labs (USA), das sich auf Umwelttechnologien spezialisiert hat. ●

„Der Erfolg des NOVA-Wettbewerbs zeigt, dass wir in der Lage sind, junge Innovationstalente im Bausektor, im Bereich Zukunftswerkstoffe oder nachhaltige Entwicklung zu entdecken. Gleichzeitig fördert er weltweit die positive Wahrnehmung von Saint-Gobain in der Welt der Start-ups. Wir freuen uns sehr darüber, mit diesen vielversprechenden Jungunternehmern zusammenarbeiten zu können.“

Pierre-André de Chalendar,
Präsident und CEO
von Saint-Gobain

434

MILLIONEN EURO FÜR F&E

3700

MITARBEITER

RUND

900

FORSCHUNGSPROJEKTE

9

PARTNERSCHAFTEN MIT START-UPS IM JAHR 2015. MEHR ALS 70 SEIT DER GRÜNDUNG VON NOVA IM JAHR 2006. INSGESAMT FÜHRTE SAINT-GOBAIN GESPRÄCHE MIT 3.100 START-UPS.

LANGFRISTIG UND GLOBAL DENKEN

Die Fähigkeit der Saint-Gobain-Gruppe, sich neu zu erfinden und gleichzeitig ihren Werten treu zu bleiben, bildet die Grundlage für ihre Weiterentwicklung.

DIE WERTE VON SAINT-GOBAIN

Wer auf eine mehr als dreihundertjährige Geschichte zurückblicken kann, denkt in größeren Zeiträumen. Und wer den Wandel in der Welt vorwegnehmen, Investitionen in die Produktion planen, Geschäftsfelder entwickeln und seine Zukunft sichern will, muss mit gutem Beispiel vorangehen und seine Aktivitäten nachhaltig verwalten. Durch die formale Festschreibung ihrer

Werte in den offiziellen Verhaltens- und Handlungsprinzipien hat die Saint-Gobain-Gruppe einen Verhaltenskodex erstellt, deren Einhaltung Voraussetzung für die Zugehörigkeit zum Unternehmen ist und für alle Mitarbeiter gilt. Die Mitarbeiter werden durch Fortbildungen für diese Grundsätze sensibilisiert: Mehr als 20.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wurden innerhalb von fünf Jahren persönlich darin geschult.

Die Prinzipien nehmen explizit Bezug auf die geltenden Übereinkommen der Internationalen Arbeitsorganisation (IAO), auf die Leitsätze der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) für multinationale Unternehmen sowie auf die OECD-Konvention zum Thema Korruptionsbekämpfung. Ein Compliance-Programm

sorgt für die tatsächliche Anwendung dieser Prinzipien und der sich daraus ergebenden Verpflichtungen für alle Saint-Gobain-Aktivitäten weltweit: Einhaltung des Wettbewerbsrechts, Korruptionsprävention und Einhaltung von Wirtschaftssanktionen und Embargos. Dabei ist das Prinzip der Null-Toleranz oberstes Gebot.

DAS ENGAGEMENT DER SAINT-GOBAIN-GRUPPE



Mitglied im Global Compact der Vereinten Nationen.



The CEO Water Mandate
Schutz der Wasserressourcen.



Maßnahmen gegen die Bedrohungen des Klimawandels.



Unterzeichnung der Erklärung zur Unterstützung der UN-Menschenrechtscharta.



Partner der UN-Klimakonferenz COP21.



Mitglied in mehr als 30 *Green Building Councils (GBC)*, nationalen Vereinigungen für die Förderung nachhaltigen Bauens, Partner des europäischen GBC-Netzwerks, Platin-Mitglied des USGBC und des Beratungsausschusses des *World Green Building Councils*.



- Berufliches Engagement
- Respekt gegenüber anderen
- Integrität
- Loyalität
- Solidarität



- Achtung der Gesetze
- Achtung der Umwelt
- Achtung der Gesundheit und Arbeitssicherheit
- Achtung der Mitarbeiterrechte

UMWELTAUSWIRKUNGEN

Die Saint-Gobain-Gruppe hat sich ehrgeizige Ziele gesteckt, um die Auswirkungen ihrer Aktivitäten auf die Umwelt zu reduzieren, insbesondere in ihren Fabriken, wo energiesparendere Herstellungsverfahren eingesetzt werden sollen. So misst sie zum Beispiel an jedem ihrer Standorte die Energieleistung und den Schadstoffausstoß in die Luft. Die 2014 verabschiedete Politik zum Thema Energie, Luftemissionen und Klimawandel liefert den gemeinsamen Handlungsrahmen. Darüber hinaus bietet die Saint-

Gobain-Gruppe ihren Kunden Lösungen an, mit denen sich der Energieverbrauch ihrer Gebäude und die damit verbundenen Treibhausgasemissionen senken lassen. Die Dämmlösungen von Saint-Gobain (Wärmedämmstoffe und Wärmedämmverglasungen) wiegen die mit ihrer Herstellung verbundenen Emissionen schon nach drei Monaten auf. Danach steigt der Energiegewinn immer weiter. Für die Industriemärkte werden innovative Recycling-Lösungen konzipiert. So gehört zur neuen Produktlinie WOOL von Saint-Gobain SEFPRO

ein Recycling-Verfahren, mit dem sich alle Chrom-Abfälle aufbereiten und zu 100 % wiederverwerten lassen. Saint-Gobain leistet also auch einen Beitrag zur Bekämpfung des Klimawandels und ist somit ein Teil der Lösung dieses Problems. Dies beschreibt Saint-Gobain Präsident und CEO Pierre-André de Chalendar in seinem Buch *Notre combat pour le climat* (Unser Kampf für das Klima), das im Vorfeld der UN-Klimakonferenz COP21 veröffentlicht wurde: Eine Welt ohne CO₂-Emissionen ist möglich und lässt sich mit nachhaltigem Wirtschaftswachstum und menschenwürdiger Entwicklung vereinbaren. ●

UMWELTSCHUTZZIELE (2010-2025)

ROHSTOFFE UND ABFÄLLE
-50 %
NICHT WIEDERVERWERTBARE ABFÄLLE
0
AUF LANGE SICHT

ENERGIE, LUFTEMISSIONEN UND KLIMA
ENERGIEVERBRAUCH
-15 %
CO₂-AUSSTOSS INSGESAMT
-20 %

WASSER
-80 %
EINLEITUNG VON INDUSTRIE-ABWÄSSERN
0
AUF LANGE SICHT

ZUR ENTWICKLUNG VON MENSCHEN UND REGIONEN BEITRAGEN

Saint-Gobain hat sich für ein dezentralisiertes Geschäftsmodell entschieden, das die Gegebenheiten der Länder jeweils berücksichtigt. Ein offenes Management-Konzept gibt den Mitarbeitern mehr Freiheit, unternehmerisch zu handeln, und unterstützt das Bestreben, einen positiven Beitrag zum lokalen Umfeld der Saint-Gobain-Standorte zu leisten.

2015 WECHSELTEN
537
FÜHRUNGSKRÄFTE
DIE AKTIVITÄT

986
WECHSELTEN
DIE FUNKTION

209
WECHSELTEN
DIE REGION

DIE UNTER 26-JÄHRIGEN
MACHEN

10 %
DER GESAMTBELEGSCHAFT
UND **30,7 %** DER
NEUEINSTELLUNGEN AUS

DIE SAINT-GOBAIN-GRUPPE
BESCHÄFTIGT

21,4 %
FRAUEN

FÖRDERUNG DER BERUFLICHEN ENTFALTUNG

Saint-Gobain möchte seinen Mitarbeitern ein Arbeitsumfeld bieten, das auf Respekt, vorbildlichem Verhalten der Führungskräfte und Dialog basiert. Die vielen Präventionsmaßnahmen von Saint-Gobain werden daher jeweils auf den Kontext der Regionen abgestimmt. Um die dynamische Öffnung voranzutreiben, startete die Saint-Gobain-Gruppe 2012 das Programm OPEN (*Our People in an Empowering Network*): Öffnung nach innen, innerhalb der Teams und des Einzelnen, mit dem Ziel den Austausch unter den Mitarbeitern und die Innovation zu fördern; Öffnung nach außen, um größere Nähe zum Kunden

herzustellen und diesem bedarfsgerechte Lösungen zu liefern. Das Programm stützt sich auf die vier Pfeiler Berufliche Mobilität, Diversity, Engagement der Mitarbeiter und Förderung von Talenten. Die Saint-Gobain-Gruppe will die Kompetenzen und das Know-how ihrer Mitarbeiter fördern und setzt sich somit zum Ziel Exzellenz in allen ihren Aktivitäten zu erreichen. Gleichzeitig will das Unternehmen als vorbildlicher Arbeitgeber mit einem vielseitigen Karriereangebot Maßstäbe setzen.

46 %

DER FÜHRUNGSKRÄFTE
STAMMEN NICHT AUS
FRANKREICH

HÄUFIGKEIT
DER UNFÄLLE
MIT UND OHNE
ARBEITSAusFALL

3,9

MEHR ALS

80 %

DER MITARBEITER
VON SAINT-GOBAIN
WERDEN JÄHRLICH IM
DURCHSCHNITT
MEHR ALS DREI TAGE LANG
GESCHULT



SAINT-GOBAIN ERHIELT
DIE ZERTIFIZIERUNG ALS
„TOP EMPLOYER 2015“ IN
8 LÄNDERN: FRANKREICH,
POLEN, GROSSBRITANNIEN,
DEUTSCHLAND,
CHINA, SÜDAFRIKA,
BRASIL IEN UND ITALIEN.

ENTWICKLUNG DER REGIONEN

In ihrem Handeln berücksichtigt die Saint-Gobain-Gruppe die langfristige lokale Entwicklung. Bei der Gründung neuer Standorte wird das lokale Umfeld respektiert und ein stetiger Dialog mit den Behörden und allen sonstigen Interessengruppen aufgebaut. Die Saint-Gobain-Gruppe begleitet darüber hinaus die wirtschaftliche und industrielle Entwicklung in den Regionen, in denen sie vertreten ist und in denen sich die Arbeitsmärkte ihrer Zulieferer befinden. Aufstrebenden kleinen und mittelständischen Betrieben wird ein umfassendes Betreuungsprogramm angeboten. In Frankreich hat der Bereich Saint-Gobain Développement diese Aufgabe übernommen. Saint-Gobain spielt überdies eine wichtige Rolle bei der Professionalisierung des Bausektors. Kunden, Bauunternehmern und Handwerkern sowie Arbeitssuchenden im Baugewerbe – mit dem Ziel der beruflichen Eingliederung – steht ein umfassendes Fortbildungsangebot offen. So schult zum Beispiel Saint-Gobain Weber weltweit mehr als 200.000 Kunden pro Jahr, darunter vor allem putzverarbeitende Betriebe, die auf diese Weise einen Einblick in neue

Bautechniken wie etwa die Wärmedämmverbundsysteme erhalten. Auch die Schulung von Handwerkern in Bautechniken und im energieeffizienten Sanieren ist von strategischer Bedeutung für die Saint-Gobain-Gruppe, die auf diesem Wege wichtige Informationsarbeit leistet und bei den Baufachleuten eine bedeutende pädagogische Aufgabe erfüllt. Dies geschieht vor allem über das Markennetz der Hauptsparte Baufachhandel. Nicht zuletzt legt Saint-Gobain großen Wert auf die Beherrschung der Wertschöpfungskette. Die verantwortungsbewusste Einkaufspolitik der Gruppe zielt darauf ab, umweltrelevante, soziale und gesellschaftliche Risiken entlang der Lieferkette zu kontrollieren und zu reduzieren. Besonders sorgfältig wird der Einkauf von Holzprodukten geprüft, für den spezielle Vorschriften und Einschränkungen gelten. ●

MEHR ALS

200.000

AKTIVE ZULIEFERER

MEHR ALS

70 %

IHRER UMSATZES
ERWIRTSCHAFTET DIE
SAINT-GOBAIN-GRUPPE
MIT LOKAL VERTRIEBENEN
LÖSUNGEN UND
DIENSTLEISTUNGEN

MEHR ALS

460.000

DIREKTE UND INDIREKTE
ARBEITSPLÄTZE
WERDEN VON
SAINT-GOBAIN WELTWEIT
GESCHAFFEN

6,4 MIO. €

WURDEN 2015
IN SOLIDARITÄTS-
MASSNAHMEN FÜR
DAS LOKALE
UMFELD INVESTIERT



DIE STIFTUNG „SAINT-GOBAIN INITIATIVES“

Die 2008 gegründete Unternehmensstiftung Saint-Gobain Initiatives führt in Frankreich und auf der ganzen Welt Solidaritätsprojekte durch, die einen Bezug zu Saint-Gobains Strategie der Lebensraumgestaltung haben. Sie stützt sich dabei auf das Engagement der Saint-Gobain-Mitarbeiter. Für jedes Projekt müssen ein oder mehrere aktive Mitarbeiter bzw. Mitarbeiter im Ruhestand eine Patenschaft übernehmen. Zusätzlich können die Tochterunternehmen der Unternehmensgruppe ihre technischen Kompetenzen anbieten oder Sachspenden in Form von Baumaterial beisteuern.

SEIT 2008 HAT DIE STIFTUNG
SAINT-GOBAIN INITIATIVES
115 PROJEKTE UNTERSTÜTZT.
267 PATINEN UND PATEN
(AKTIV ODER IM RUHESTAND)
HABEN SICH FÜR PROJEKTE
EINGESETZT, **90 VEREINE**
WURDEN GEFÖRDERT.

UNSERE LÖSUNGEN FÜR LEBENSÄÄUME, IN DENEN MAN SICH GERNE AUFHÄLT

IN DER SAINT-GOBAIN-GRUPPE STEHT DER KOMFORT FÜR DIE ANWENDER

ihre Lösungen
– die Gebäudenutzer, die Industrie, Handwerker usw. – im
Mittelpunkt der Produktentwicklung.
Für die Lebensraumgestaltung hat sie ein eigenes
Konzept entwickelt: das Multi-Komfort-Programm.

∨
2011 wurde in Aubervilliers
(Frankreich) das DomoLab
eröffnet, das erste
Innovationszentrum
für die Gestaltung
von Lebensräumen.

NACHHALTIGE LEBENSÄÄUME

Die Gestaltung von LebensräÄumE ist der wichtigste Markt der Saint-Gobain-Gruppe, die Lösungen für den Wohnbau, den Nichtwohnbau sowie für Büro- und Dienstleistungsgebäude anbietet.

BAU (85 % DES UMSATZES)

WICHTIGSTE MÄRKTE: Wohn- und Nichtwohnbau (Neubau und Renovierung), Infrastruktur und Tiefbau

FLACHGLAS



GIPSPLATTEN UND GIPS



DIE WICHTIGSTEN HANDELSMARKEN UND DIENSTLEISTUNGSUNTERNEHMEN

FRANKREICH



SKANDINAVIEN



BRANDSCHUTZGLAS



ELEKTROCHROMES GLAS



FACHMARKEN

FOLIEN FÜR GLÄSER



ARCHITEKTUR-MEMBRANEN



DÄMMSTOFFE



INNENAUSBAU UND AUSSENGESTALTUNG



AKUSTIKDECKEN



PUTZ UND MÖRTEL



KOMPLETTE ROHRLEITUNGSSYSTEME



TECHNISCHE TEXTILIEN



IM BAUSEKTOR HAT EIN TIEFGREIFENDER WANDEL EINGESETZT, der vor allem durch die immer strengeren Wärmedämmverordnungen ausgelöst wurde. In einer Zeit, in der der Bausektor seinen CO₂-Ausstoß senken muss, hat sich die Saint-Gobain-Gruppe mit ihrem Angebot an energieeffizienten Lösungen (Isolierverglasungen, Warmedammlosungen) ganz natürlich eine Position gesichert. Saint-Gobain fördert nachhaltiges Bauen und erarbeitet innovative Neubau- und Renovierungskonzepte für die Entwicklung energiesparender Gebäude, die zudem durch Komfort, gesundes Wohnen und Ästhetik überzeugen und dabei die natürlichen Ressourcen schonen. Damit beweist die Unternehmensgruppe zugleich, dass das Interesse des Endverbrauchers an Komfort vereinbar ist mit einem Konzept, bei dem gesellschaftliche und

umweltrelevante Fragen im Vordergrund stehen, und dass es hier zu einer gegenseitigen Bereicherung kommen kann.

DIE SAINT-GOBAIN-GRUPPE ENTWICKELT INNOVATIVE LÖSUNGEN, damit ihre Kunden sowohl in den Industrieländern als auch in den Schwellenländern nachhaltige Gebäude neu errichten oder Altbauten entsprechend renovieren können. Ein Konzept gilt dann als nachhaltig, wenn

es zugleich dauerhaft energieeffizient ist, zum Komfort und Wohlbefinden der Benutzer beiträgt, die Umwelt schont und gleichzeitig wirtschaftlich wettbewerbsfähig ist. Die Teams aus den Bereichen Marketing, F&E und Bauwissenschaft arbeiten Tag für Tag an der Entwicklung zukunftsfähiger Lösungen. ●

Sitz der Generaldelegation Nordamerika. Malvern, USA. 2015.



ÖKO-INNOVATION: KONKRETISIERUNG UNSERER STRATEGIE

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. 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 zum Ende ihrer Nutzungsdauer. Der effiziente Umgang mit 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. Dank dieser Analyse können die Umweltauswirkungen einer Lösung in jedem Stadium ihres Lebenszyklus quantifiziert und bewertet werden.



DAS MULTI-KOMFORT-KONZEPT

In einem Raum hängt das Wohlbefinden der Bewohner von verschiedenen Faktoren wie Temperatur, Luftfeuchtigkeit, Lärmpegel oder Luftqualität ab. Um diese Anforderungen optimal zu erfüllen, hat Saint-Gobain das Multi-Komfort-Programm entwickelt.

Das Baustoffhandelszentrum „La Halle de Pantin“. 2015 Pantin, Frankreich.



ZUR ENTWICKLUNG VON LÖSUNGEN UND PRODUKTEN, die Bestandteile eines Raumes sind (Decken, Böden, Wände, Fenster usw.), muss man zunächst verstehen, auf welche Komfortlevel es ankommt: Temperaturbereiche, Geräuschpegel in Dezibel, Luftfeuchtigkeitsgehalt etc. Mit dem Multi-Komfort-Programm stellt die Saint-Gobain-Gruppe die Benutzer in den Mittelpunkt aller ihrer Innovationsprozesse. Denn entscheidend für Wohlbefinden und damit für die Gesundheit, Leistungsfähigkeit und Produktivität der Bewohner

sind mehrere und nicht nur ein Parameter. An Musterhäusern wird das Multi-Komfort-Programm demonstriert und gezeigt, dass die Lösungen in echten Häusern auch tatsächlich funktionieren. 22 Multi-Komfort-Projekte wurden bereits realisiert, hauptsächlich in Europa, in den USA und in China. Für die Jahre 2016 bis 2017 ist ein Dutzend weiterer Häuser in Planung.

Darüber hinaus will Saint-Gobain mit Hilfe des Programms CARE:4® (Company Actions for the Reduction of Energy by 4) auch die eigenen Gebäude verbessern. Durch dieses

Programm sollen der Energieverbrauch und die Treibhausgasemissionen der Saint-Gobain Bürogebäude bis 2040 auf ein Viertel reduziert werden. Auch hier werden die Kriterien des Multi-Komfort-Programms – thermischer, akustischer, visueller Komfort, Qualität der Innenraumluft – berücksichtigt. Die Saint-Gobain-Gruppe handelt verantwortungsbewusst und inspiriert den Markt weltweit mit beispielhaften Bau- und Renovierungsprojekten. ●

CARE:4®

SAINT-GOBAIN HAT

1.970 BÜRO-, VERWALTUNGS- UND GESCHÄFTS-GEBÄUDE, DAVON WAREN

28 GEBÄUDE ENDE 2015 CARE:4®-GEPRÜFT. DADURCH WERDEN

6.200 MWH ENERGIE EINGESPART UND

2.100 TONNEN CO₂ WENIGER PRO JAHR AUSGESTOSSEN

DIES ENTSPRICHT

2.100 HIN- UND RÜCKFLÜGEN VON PARIS NACH NEW YORK

Das 22. Multi-Komfort-Gebäude wurde im März 2016 eingeweiht. Changzhou, China.

DIE INDUSTRIEMÄRKTE

Zu den Absatzmärkten für die Hochleistungswerkstoffe von Saint-Gobain gehören auch Industrie- und Verbrauchermärkte, wie etwa die Automobil- und Luftfahrtbranche oder die Bereiche Gesundheit und Energie, sowie zahlreiche Nischenmärkte. Die Saint-Gobain-Gruppe verfolgt eine Strategie der Differenzierung durch die Bereitstellung von Lösungen mit hohem Mehrwert. Hierbei stützt sie sich auf ihre F&E-Kompetenzen und auf die gemeinschaftliche Entwicklung der Produkte mit den Kunden.

INDUSTRIE (15 % DES UMSATZES)

WICHTIGSTE MÄRKTE: Verarbeitende Industrie, Transport, Gesundheit, Energie

FAHRZEUGGLAS

SEKURIT
smart vision

SCHLEIFMITTEL

NORTON
SAINT-GOBAIN

WINTER
SAINT-GOBAIN

FACHMARKEN

FLEXIBLE SCHLÄUCHE

TYGON
Excellence By Design

CFLEX

GLEITLAGER

KLEBESCHÄUME

NORGLIDE
Bearings

NORBOND

POLYMERDICHTUNGEN

OmniSeal

KERAMIKEN FÜR ENERGIEANWENDUNGEN

NORPRO

FEUERFESTKERAMIK

SEFPRO



AUTOMOBIL-INDUSTRIE

In einer Zeit, in der die Automobilhersteller besonderen Wert auf die Senkung des Energieverbrauchs und der CO₂-Emissionen (durch leichtere Fahrzeuge, besseren Wärmeschutz und Aerodynamik), auf Komfort (Akustik, Optik, UV-Schutz) sowie auf Sicherheit und Vernetzung legen, kann Saint-Gobain Produkte anbieten, die genau diese neuen Anforderungen erfüllen: leichtere Verglasungen, Head-up-Displays, wärmeabsorbierende Verglasung und komplex geformte Gläser. Die Unternehmensgruppe entwickelt jedoch auch andere Materialien für Automobile, wie Hochleistungslager, -dichtungen und -schäume auf Polymerbasis oder auch ein umfangreiches Schleifmittelsortiment.



ENERGIESEKTOR

Saint-Gobain entwickelt technische Lösungen, die eigens auf die industriellen Verfahren des Energiesektors zugeschnitten sind, von der Erdölförderung (Szintillatoren für die Bestimmung geologischer Schichten), über Betriebs- und Lagerlösungen (Dichtungen, flexible Dächer und Produkte zur Isolierung von Drähten und Kabeln für Tiefpumpen) bis hin zur Abfallaufbereitung (Feuerfestkeramik für die Verkleidung von Verbrennungsanlagen). Und auch für Windkraftanlagen bietet die Unternehmensgruppe eine Vielzahl von Produkten: Dichtungen für Offshore-Windräder, textile Glasfasern zur Verbesserung der Oberflächenbeschaffenheit von Rotorblättern sowie eine breite Palette von Schleifmitteln zum Schneiden, Schleifen und Polieren verschiedenster Komponenten.



Der Falcon 8X - Seine vier Cockpit-Scheiben und 32 Fenster werden exklusiv von Saint-Gobain Sully produziert. Der neue Business-Jet von Dassault Aviation unternahm im Februar 2015 seinen ersten Probeflug.



LUFTFAHRTINDUSTRIE

Aufgrund des weltweiten Anstiegs der Fluggastzahlen bietet die Luftfahrtindustrie gute Entwicklungsperspektiven. Die besonders hohen Anforderungen an die Sicherheit und Zuverlässigkeit der Ausstattung stellen eine wichtige Herausforderung für die Saint-Gobain-Gruppe dar, die bekannt ist für ihre Erfahrung und ihre qualitativ hochwertigen Produkte. Zu Saint-Gobains Produktlösungen für die Luftfahrtindustrie zählen insbesondere Cockpit-Verglasungen, Keramik für Flugzeugmotoren, Hochleistungskunststoffe und Schleifmittel. So trägt zum Beispiel die Schleifscheibe Norton Quantum X von Saint-Gobain Abrasives mehr Material ab als andere vergleichbare Produkte. Im Bereich der Raumfahrt hat Saint-Gobain Performance Plastics die meisten der in den letzten 60 Jahren gestarteten Raketen mit Dichtungen ausgestattet.



GESUNDHEIT

Der Biopharma-Bereich ist ein besonders zukunftsreicher Markt der Gesundheitsbranche. Saint-Gobain entwickelt Einweg-Systeme aus Kunststoff, welche die heute üblichen Behälter und Schläuche aus Edelstahl ersetzen sollen. Darüber hinaus fertigt die Unternehmensgruppe Kristalle und Szintillatoren, die vor allem in medizinischen Scannern zum Einsatz kommen.



➤ **Weißer Laborschlauch FKM White.** Dieser Schlauch zeichnet sich durch hervorragende chemische Beständigkeit aus und hält sehr hohen Temperaturen stand. Er ist auf die besonderen Gegebenheiten bei pharmazeutischen oder labortechnischen Anwendungen abgestimmt.

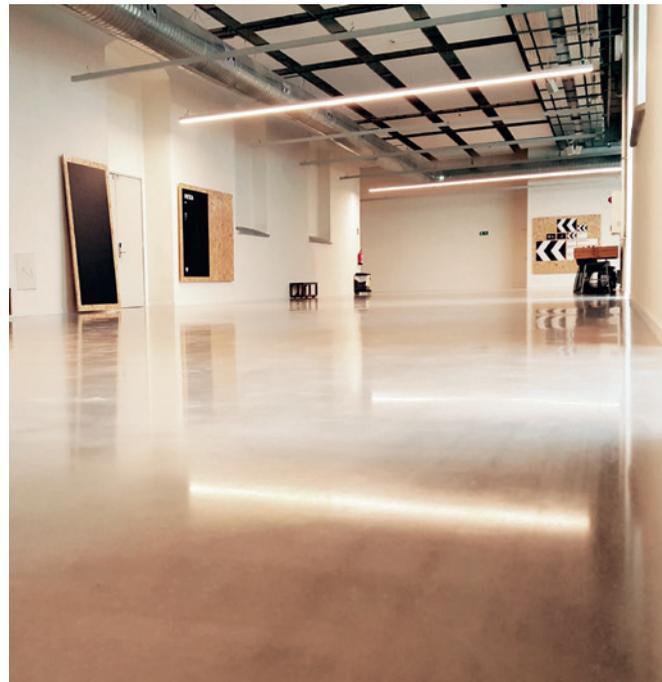
UNSERE ARCHITEKTURPROJEKTE

Seit der Gründung der Königlichen Spiegelglasmanufaktur im Jahr 1665 leistet Saint-Gobain seinen Beitrag zur Revolutionierung der Architektur. Zahlreiche renommierte und innovative Bauprojekte wurden mit Produkten und Systemlösungen der Unternehmensgruppe geschaffen.



2014 - Frankreich
Der Glasboden auf der ersten Etage des Pariser Eiffelturms.

2015 - Spanien
Bodenbeschichtungssysteme für die ehemalige Tabakmanufaktur von San Sebastian, die zu einem Internationalen Zentrum für zeitgenössische Kultur umgebaut wurde.



2012 - USA
Die Fensterscheiben des Hotels Hyatt Regency Century Plaza wurden mit 7000 m² Solar Gard-Folien überzogen.



2015 - Schweiz
UV-beständige CONTRAFLAM®-Brandschutzgläser von Vetrotech im futuristisch anmutenden Gebäude des Genfer Internats Le Rosey, das von Bernard Tschumi entworfen wurde.



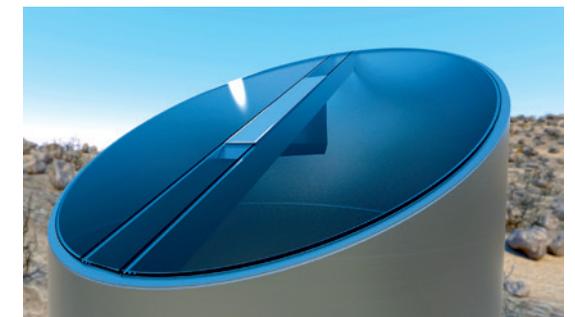
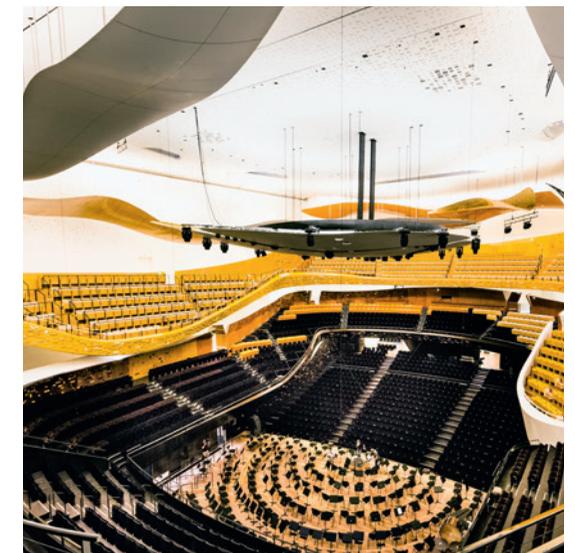
2015 - Italien
Glaswolleplatten zur Fassadendämmung der beiden Wohntürme des Bosco Vertical in Mailand, der 2015 zum schönsten Wolkenkratzer des Planeten gekürt wurde*.

*Die Auszeichnung wurde von der NRO Council on Tall Buildings and Urban Habitat (CTBUH) verliehen.



2014 - USA
Abgehängte, schallabsorbierende Schallschutzdecken in der Universität Fordham.

2015 - Frankreich
In der Pariser Philharmonie wurden fast 380 Tonnen Gips in einer 10 cm dicken Schicht aufgetragen.



2015 - USA
Saphirplatten von Saint-Gobain Crystals für die 10.000-Jahre-Uhr.

NEUE LÖSUNGEN FÜR LEBENSÄRÄUME

Jedes vierte Produkt, das Saint-Gobain heute verkauft, gab es vor fünf Jahren noch nicht. Hier ein Überblick über innovative Lösungen in unserem Umfeld.



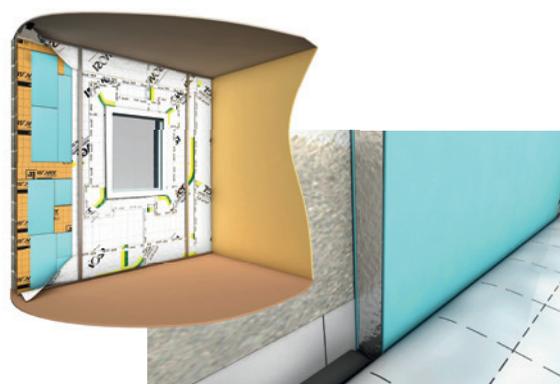
WEBER.EPOX EASY
Kleber zur Befestigung und Verfugung von Keramikfliesen. Er lässt sich einfach auftragen und gut reinigen. Verkapselter Farbsand sorgt für dauerhafte Farben.

TOPAZ
Komplettes Sortiment an Produkten aus duktilem Gusseisen mit Rohren, Anschlüssen und Zubehör für Abwasserdruckleitungen. Die jüngsten Innovationen von Saint-Gobain PAM hinsichtlich Verlegung und Nachhaltigkeit sind hier integriert.



NORTON I-HD™
Die neue Technologie von Saint-Gobain Abrasives revolutioniert den Markt der Diamantwerkzeuge. Das innovative Herstellungsverfahren versorgt die Kunden mit schnelleren (30 % höhere Geschwindigkeit) und robusteren Scheiben (Bruchfestigkeit der Segmente 60 % höher als bei herkömmlichen Verfahren).

CERTASPRAY® X OPEN CELL FOAM
Der neue, besonders luftdichte Isolierschaum von CertainTeed reduziert den Energieverlust und verbessert die Qualität der Innenraumluft. Er kann auf Dachböden oder in Hohlräumen verwendet werden und kommt ohne Brandschutzbarrieren oder zusätzliche Verkleidungen aus.



ISOVIP
Das erste Vakuum-Isolations-Paneel von Saint-Gobain ISOVER zur Innendämmung der Wände. Es bietet eine beispiellose Wärmedämmleistung und beansprucht nur ein Minimum an Fläche.



NOVELIO NATURE
Glasfaser-Tapeten von Saint-Gobain Adfors. Das gebrauchsfertige Produkt bedarf keiner weiteren Deckschicht. Die Glasfasern sorgen für Strapazierfähigkeit. Gleichzeitig lässt es sich wie eine Tapete leicht anbringen.



HABITO
Mit dieser Gipsplatte lassen sich Gegenstände ganz einfach an der Wand befestigen, ohne dass dazu besonderes Werkzeug erforderlich ist. Die schlag- und stoßfeste Platte bietet dank ihres massiven Charakters auch einen hohen Schallschutz.



COOL-LITE XTREME 70/33 II
Das Sonnenschutzglas kombiniert sehr hohe Selektivität mit einer ausgezeichneten Neutralität. Es bietet eine außerordentlich gute Lichtdurchlässigkeit von 70 % und einen Gesamtenergiedurchlassgrad von 33 %. COOL-LITE XTREME 70/33 II ist für Fassaden und Glasdächer bestimmt, verringert den Klimatisierungsbedarf und senkt die Stromrechnung. Gleichzeitig sorgt es für hervorragenden Wärmeschutz.



MASTER-SOFT
Hochwertiges Ornamentglas mit samtig-matter Oberfläche. Die feinkörnige, plastisch wirkende 3D-Struktur fesselt Auge und Tastsinn.

DIGITAL

MYGLASSOLUTIONS



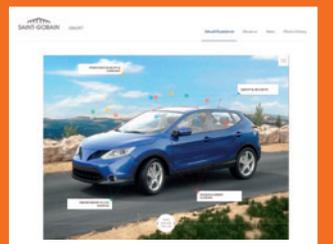
Ein E-Commerce-Angebot von Glassolutions in Großbritannien, das Baufachbetrieben wie Glasern, Schreibern, Installateuren und Küchenbauern die Bestellabwicklung erleichtert. Der Service bietet die Möglichkeit, Produkte maßgeschneidert zu konfigurieren, zu bestellen und sofort ein Preisangebot und einen Liefertermin zu erhalten.

GLASSPRO APP UND GLASSPRO LIVE



Die GlassPro App dient der Erstellung von Verglasungskonzepten für den Nichtwohnbau und richtet sich vornehmlich an Architekten und Fassadenbauer. Mittels einer Modellierungssoftware lassen sich rund 3.500 dreidimensionale Abbildungen von 70 Produkten erstellen, welche die Farbtöne und physikalischen Eigenschaften der Glasarten genau wiedergeben. GlassPro Live stellt zweidimensionale Bilder von Gebäudefassaden bereit, die sich noch in der Konzeptionsphase befinden.

SEKURIT EXPERIENCE



Die neue Website von Saint-Gobain Sekurit verfügt über ein interaktives Tool, das die Funktionen und Vorzüge der Verglasungen vorstellt: spürbare Qualität und Komfort, Sicherheit und Schutz, Umwelt und CO₂-Einsparungen, Design und Emotion.

SERVICE, DER UNSEREN KUNDEN DAS TÄGLICHE LEBEN ERLEICHTERT

Die Saint-Gobain-Gruppe verfügt über ein Netzwerk starker, sich gegenseitig ergänzender Marken, über die sie die Wünsche der Kunden genauestens kennenlernen kann. Die einzelnen Marken sind in ihrem lokalen Markt verankert und damit so aufgestellt, dass sie den spezifischen Bedarf ihrer Kunden und Märkte erfüllen können. Im Baufachhandel verfolgt Saint-Gobain ein Multi-Channel-Konzept, mit einem E-Commerce-Service, der sich auf hochmoderne logistische Lösungen stützt.

LAND	WICHTIGSTE MARKEN	POSITIONIERUNG
FRANKREICH	POINT.P Materiaux de Construction LA REPONSE PROFESSIONNELLE	Handel mit Baustoffen und Bauprodukten
	CEDEO	Fachhandel für Sanitär und Heizung
	Outiz Bricolage - Plomberie - Chauffage	Neue Cross-Channel-Vertriebsmarke für Baumaterial und -werkzeuge
	LA PLATEFORME Distributeur de Matériaux de Construction SAGNES BY THIES & DE LAMBERT	Baufachhandel nur für gewerbliche Kunden aus dem Bausektor
	LAPEYRE	Vertrieb von Erzeugnissen für die Ausstattung von Häusern im Innen- und Außenbereich, Küchen, Bäder und Böden
GROSSBRITANNIEN	JEWSON	Handel mit nachhaltig erzeugten Holzprodukten und Baustoffen
	Graham The Plumber's Merchant	Vertrieb von Sanitärprodukten, Heizungen und Badezimmer-Artikeln
	PRIORITY PLUMBING Specialist in Plumbing and Heating	Neue Cross-Channel-Vertriebsmarke für den Sanitärbedarf
DEUTSCHLAND NIEDERLANDE	raab karcher	Baufachhändler
	KERAMUNDIC Keramik- und Fliesen	Fliesenspezialist
NORDISCHE LÄNDER (Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden)	DÄHL	Spezialist für Heizung und Sanitär, Tiefbau, Industrie, Belüftung/Klimatisierung und Anlagenwartung
	OPTIMERA	Baustoffhandel für gewerbliche Kunden und Endverbraucher
SCHWEIZ	SANITAS TROESCH	Vertrieb von Bädern und Küchen für gewerbliche Kunden und Endverbraucher
SPANIEN	dip Distriplac	Spezialist für Innenausbau und Dämmung
	dip distribución	Baufachhändler für die Märkte Neubau und Renovierung
	LA PLATAFORMA Distribución de Materiales de Construcción	Baufachhandel für gewerbliche Kunden aus dem Bausektor
BRASILIEN	Telhanorte	Verkauf von Produkten und Dienstleistungen für die Hausausstattung an Privatkunden und Fachbetriebe; Spezialist für Sanitärprodukte und Fliesen

DIGITALE WELT



Avantages Pro

In Frankreich von **POINT.P Matériaux de Construction** entwickeltes Servicepaket, das seinen Handwerkern rund zehn digitale Tools zur Verfügung stellt: ein Portal zur Herstellung des Kontakts zwischen Privatkunden und Handwerkern bei bestimmten Arbeiten; einen Baustellen-Konfigurator für Fachleute; eine Software zur Ermittlung von Energieeinsparungen einschließlich Angabe der Möglichkeiten steuerlicher und finanzieller Hilfen.



RaabWorks

Online Marketingtool für die gewerblichen Kunden von **Raab Karcher** in den Niederlanden. Über RaabWorks lassen sich suchmaschinenoptimierte Webseiten im Responsive Design erstellen, mit personalisierten Inhalten und regelmäßigen Aktualisierungen zum Unternehmen des Kunden. Auf diesem Weg will man die Handwerker und Kleinbetriebe der Baubranche in ihren Marketingbemühungen unterstützen, damit sie kommerziell erfolgreicher werden.

MinOptimera

Kostenlose Kalkulationssoftware für kleine und mittelständische Betriebe des Hoch- und Tiefbaus, erhältlich auf der Website der Marke **Optimera**. MinOptimera erstellt auf der Grundlage der vom Kunden bereitgestellten Daten eine Liste aller Produkte und Materialien, die für die Realisierung eines Bauprojekts erforderlich sind; es berechnet die benötigten Mengen und liefert eine Kostenschätzung.



LOGISTIK



LeanWorks

Integrierte Logistik-Lösung, die von **Raab Karcher** in den Niederlanden entwickelt wurde. Sie bietet den Kunden die umfassende logistische Betreuung einer Baustelle bei Neubauten oder Renovierungen. Durch die Synergien in der Materialbeschaffung können die Teams effizienter arbeiten. Die gemeinsame Nutzung von Lkws führt zu einer Senkung des CO₂-Ausstoßes.

„Quick Delivery“

Von **Dahl** Dänemark eingeführter schneller Lieferservice (auf Dänisch: „Kvik Levering“), der in den meisten Regionen des Landes die bestellten Waren in weniger als einer Stunde liefert. Die Bestellungen können telefonisch oder über die Dahl-App aufgegeben werden.



Click & Collect

Priority Plumbing, die erste, von Saint-Gobain Building Distribution UK and Ireland eingeführte Multi-Channel-Marke. Über diesen Service kann ein Kunde online mehr als 3.000 Produkte bestellen, von denen 2.000 in den Verkaufsstellen vorrätig und innerhalb von fünf Minuten verfügbar sind. Priority Plumbing kann von jedem an sieben Tagen der Woche – bei langen Öffnungszeiten – genutzt werden.



SCHULUNG

Um ihre britischen Kunden im nachhaltigen Bauen zu unterstützen und perfektionieren, haben die Unternehmen Jewson, Graham, Gibbs & Dandy und Minster gemeinsam die **Greenworks Training Academy** ins Leben gerufen. Seit deren Gründung im Jahr 2012 wurden hier in mehr als 80.000 Stunden 13.000 Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten geschult.



In Nordeuropa gibt es die **Klimacenter** von Dahl, die Showroom, Schulungs- und Kompetenzzentrum für erneuerbare Energien und Belüftung in einem sind. Installateure und Privatkunden können dort eine breite Auswahl an umweltfreundlichen Lösungen entdecken, die situationsgerecht präsentiert werden. Außerdem können sie sich beraten und von Experten schulen lassen.



NEUE MÄRKTE UND KONZEPTE

Die Aqua-Industrie

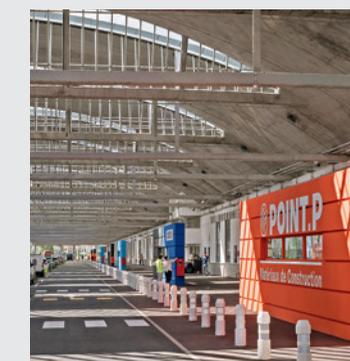
Die Wasserbranche bietet große Absatzchancen, da hier viele Rohrleitungsanschlüsse, Ventile und Zubehörteile gebraucht werden. **Brødrene Dahl** hält passende Produkte für alle Segmente der Aquakultur-Wertschöpfungskette bereit, vor allem für Fischzucht-, Fischmast- und Fischschlacht-Anlagen.

Vita Confort

Die neue Marke der Lapeyre-Gruppe bietet barrierefreie Lösungen für alle (Familien, Senioren, Menschen mit Behinderung, Pfleger usw.). Das erste Geschäft wurde 2015 in Paris eröffnet.

La Halle de Pantin

Das erste Baufachhandelszentrum von Saint-Gobain Distribution Bâtiment France in Frankreich vereint acht Marken unter einem Dach. Auch in Großbritannien wird dieses Prinzip, mehrere Marken an einem Standort unterzubringen, jetzt umgesetzt.



DIE MARKEN DER HAUPTSPARTE BAUFACHHANDEL VERZEICHNETEN 2015 INSGESAMT

90 MILLIONEN KUNDEN-BESUCHE AUF IHREN WEBSEITEN

DIE HAUPTSPARTE SETZTE 2015 MEHR ALS **700 MIO. €** ONLINE UM

ADRESSEN

Compagnie de Saint-Gobain Frankreich

**Generaldirektion
Firmensitz**
Les Miroirs
18, avenue d'Alsace
92400 Courbevoie
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

Mitteleuropa

Generaldelegation
Krefelder Straße 195
52070 Aachen
Deutschland
Tel.: +49 (241) 400 20-0
www.saint-gobain.de

Nordische Länder und Baltikum

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

Großbritannien und Republik Irland

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

Polen, Rumänien Bulgarien und Türkei

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

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

Tschechische Republik, Slowakei, Ungarn, Region Östliche Adria

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

Russland, Ukraine und GUS-Länder

Generaldelegation
PREO 8 Business Center,
19th floor
8, Preobrazhenskaya ploschad
107061, Moskau
Russische Föderation
Tel.: +7 (495) 775 15 10
www.saint-gobain.ru

Mittelmeerraum

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

Afrikanische Länder südlich der Sahara

Generaldelegation
No. 1 Shale Road
N1 Business Park
Cnr. Old Johannesburg and
Tlokwa Roads
Kosmosdal Ext. 7
Samrand 0157
Südafrika
Tel.: +27 12 657 2800

Naher Osten

Generaldelegation
Tayyar Center
Bloc B, 1st floor
De Gaulle Street
Sin El Fil
Beirut
Libanon
Tel.: +901 1 510863-4

Asien-Pazifik

Generaldelegation
7F, Office Tower, Bund Center
222 Yan An East Road
Schanghai 200002
Volksrepublik China
Tel.: +86 (21) 63 61 88 99
www.saint-gobain.com.cn

Büro in 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 in Südkorea
10F, KFAS Bldg.
211, Teheran-ro
Gangnam-gu
Seoul 135-915
Südkorea
Tel.: +82 2 3706 9073
www.hanglas.co.kr

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

Büro in Australien

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

Indien, Sri Lanka und 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

Nordamerika

Generaldelegation
Saint-Gobain Corporation
20 Moores Road
Malvern, PA 19355
USA
Tel.: +1 610-893-5000
www.saint-gobain-northamerica.com

Brasilien, Argentinien und Chile

Generaldelegation
Avenida Santa Marina, 482
Agua Branca
SP 05036-903 São Paulo
Brasilien
Tel.: +55 (11) 2246-7000
www.saint-gobain.com.br

Mexiko, Länder Mittelamerikas, Kolumbien, Venezuela, Ecuador und 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

Besuchen Sie die Website saint-gobain.com

Folgen Sie uns in den sozialen Netzwerken



Teilen Sie den *hashtag* #SaintGobain

Direktion Kommunikation der Compagnie de Saint-Gobain / Konzept und Ausführung: EUROKAPI – Juni 2016.

Seiten 2-3: © SAGE Electrochromics, Inc. • **Seite 4:** © Saint-Gobain, Foto: Sylvain Modet • **Seiten 10-11:** © CERR/Saint-Gobain, © Gyproc/Saint-Gobain, © Franck Dunouau/Saint-Gobain • **Seite 12:** © Jean Chiscano/Saint-Gobain • **Seiten 14-15:** © Saint-Gobain • **Seiten 26-27:** © Encore Heureux architectes/ Foto: Thierry Mercier • **Seite 29:** © Jeffrey Totaro, 2015 • **Seiten 30-31:** © Chen Fei, © PY Brunaud • **Seite 33:** © Dassault Aviation, © Saint-Gobain Performance Plastics • **Seiten 34-35:** © Lionel Bonaventure/AFP, © Saint-Gobain Weber, Arch.: Minoru Yamasaki ; Foto: © Saint-Gobain Performance Plastics, 2012, © Foto: Olaf Rohl/Arch.: Bernard Tschumi, © Paolo Rosselli, © CertainTeed, © Foto: Raphaël Demaret, Image courtesy of Applied Invention • **Seiten 36-37:** © Saint-Gobain, © Saint-Gobain, © Saint-Gobain Adfors, © Saint-Gobain, © Saint-Gobain Abrasives, © Saint-Gobain, © Saint-Gobain, © Saint-Gobain British Gypsum, © Glassolutions Saint-Gobain, © Saint-Gobain, © Saint-Gobain Sekurit • **Seiten 38-39:** © Saint-Gobain, © Saint-Gobain, © Saint-Gobain, © Raab Karcher, © Saint-Gobain, © Saint-Gobain, © Williams Photography, © S.Gyldendal, © PY Brunaud • **Piktogramme:** © Noun Project. Saint-Gobain lizenzpflichtig.

Gedruckt auf biologisch abbaubarem Recycling-Markenpapier, hergestellt und chlorfrei gebleicht in europäischen Werken, die nach den Normen ISO 9001 (Qualitätsmanagement), ISO 14001 (Umweltmanagement), FSC und PEFC (Verwendung von Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft) zertifiziert wurden.



Direktion Kommunikation
Les Miroirs - 92096 La Défense Cedex - Frankreich
www.saint-gobain.com

