

PRESSE

communiqué

Paris, 25. Oktober 2011

Umsatz ersten 9 Monate 2011: Steigerung um **5,4%** auf 31,6 Milliarden Euro.

Internes Wachstum: **+5,8%**, davon **+4,1%** im **dritten Quartal** (nach **+4,4%** im zweiten Quartal).

Herausragende Fakten im dritten Quartal:

- Verkaufspreise: **+2,9%** im **dritten Quartal** und **+2,6%** in den ersten neun Monaten (nach **+2,8%** im zweiten Quartal)
- Verkaufsmengen: **+1,2%** im **dritten Quartal** und **+3,2%** in den ersten neun Monaten (nach **+1,6%** im zweiten Quartal)
- **Zweistelliges** internes Wachstum auf den Märkten der Energieeffizienz in Frankreich
- **Weiteres starkes Wachstum** in Asien und den Schwellenländern: **+7,2%** im **dritten Quartal** und **+10,4%** in den ersten neun Monaten
- Bestätigung der **Ziele 2011**

Kommentar von Pierre-André de Chalendar, Präsident und Generaldirektor von Saint-Gobain:

„Im dritten Quartal erzielte die Saint-Gobain-Gruppe insgesamt ein ähnliches Wachstum wie im zweiten Quartal, insbesondere aufgrund der günstigen Entwicklung bei den Verkaufspreisen und infolge des dynamischen Geschäfts in Asien, in den Schwellenländern und auf den Industriemärkten. In Frankreich, Deutschland und Skandinavien hielten sich die Märkte des Wohnbaus und der Renovierung im dritten Quartal auf einem guten Wachstumsniveau, insbesondere in Frankreich mit dem Segment Energieeffizienz im Wohn- und Nichtwohnbau.

Für das vierte Quartal gehen wir davon aus, dass sich die in den letzten drei Monaten beobachteten Tendenzen weiter fortsetzen, allerdings in einem schwierigeren Umfeld bedingt durch ein unsicherer gewordenes Wirtschaftsklima und eine höhere Vergleichsbasis mit gleichzeitig weniger Arbeitstagen als im Vorjahreszeitraum.

Dementsprechend bestätigen wir – trotz der ungünstigeren Konjunktur jetzt gegen Jahresende – unsere Ziele für das Gesamtjahr 2011: ein hohes internes Wachstum und eine zweistellige Steigerung unseres Betriebsergebnisses*.

Ebenso bekräftigen wir unser Ziel einer freien Selbstfinanzierung von 1,3 Milliarden Euro, nach einer Steigerung unserer Sachinvestitionen um 500 Millionen Euro, die in erster Linie auf die Wachstumsschwerpunkte der Saint-Gobain-Gruppe gerichtet ist (Schwellenländer und Energieeffizienz auf den Märkten des Wohnens und Arbeitens.“

* bei konstanten Wechselkursen (durchschnittliche Wechselkurse von 2010).

Der Umsatz der Saint-Gobain-Gruppe legte in den ersten neun Monaten 2011 um **+5,4%** auf **31.629 Millionen Euro zu**, nach 30.007 Millionen Euro in den ersten neun Monaten 2010.

Der im ersten Quartal noch positive **Wechselkurseffekt** hatte sich im zweiten Quartal infolge der Abwertung des US-Dollars umgekehrt. Entsprechend haben die **Wechselkurse in den ersten neun Monaten insgesamt einen leicht negativen Einfluss (-0,5%)**. **Die Auswirkungen der Veränderungen im Konsolidierungskreis blieben mit +0,1% fast neutral**: Der Umsatzbeitrag der in den letzten zwölf Monaten erworbenen Unternehmen ist in den ersten neun Monaten durch die zum 31. Dezember 2010 veräußerte Sparte „Advanced Ceramics“ fast vollständig kompensiert worden.

Das Umsatzwachstum bei konstanten Wechselkursen* und bei vergleichbaren Bedingungen (vergleichbare Wechselkurse und vergleichbarer Konsolidierungskreis) fiel daher **mit +5,7%** bzw. **+5,8%** beinahe gleich aus. Die Mengen erhöhten sich um **+3,2%**, während die **Verkaufspreise** um **+2,6%** zulegen.

Im dritten Quartal stieg der konsolidierte Umsatz der Gruppe **um 2,6%** auf 10.754 Millionen Euro, nach 10.478 Millionen Euro im dritten Quartal 2010. Zurückzuführen ist dies auf einen positiven Effekt von 0,2% durch die Veränderungen im Konsolidierungskreis, einen negativen Wechselkurseffekt von -1,7% und ein **internes Wachstum von +4,1% (davon 2,9% in Preisen und 1,2% in Mengen)**.

Insgesamt erzielte die **Saint-Gobain-Gruppe im dritten Quartal ein ähnliches internes Wachstum wie im zweiten Quartal** (internes Wachstum von + 4,4%, davon 2,8% in Preisen und 1,6% in Mengen), wozu alle Hauptsparten und alle geografischen Gebiete weiterhin positiv beigetragen haben. Insbesondere bei den Verkaufspreisen setzte sich der günstige Trend in allen Hauptsparten und allen Aktivitäten der Gruppe fort (trotz höherer Vergleichsbasis als im ersten Halbjahr), insbesondere in den Geschäftsfeldern, in denen der Anstieg der Rohstoff- und Energiekosten am deutlichsten ausfiel.

So wie im zweiten Quartal wurde die Steigerung der Verkaufsmengen auch im dritten Quartal von der dynamischen Entwicklung in den Schwellenländern und auf den Industriemärkten getragen. Sie ist aber auch auf den kurzfristigen Boom auf dem US-Renovierungsmarkt – ausgelöst durch die heftigen Unwetter zu Beginn des Jahres – sowie auf die anhaltend gute Entwicklung auf den Märkten des Wohnbaus und der Renovierung in Frankreich, Deutschland und Skandinavien zurückzuführen.

Das Wachstum der Gruppe auf den westeuropäischen Märkten des Baus wurde weiterhin vor allem von den Lösungen mit hohem Mehrwert getragen, insbesondere von den Aktivitäten, die energieeffiziente Lösungen für die Märkte des Wohnens und Arbeitens bereitstellen (Dämmstoffe, Verglasungen mit erhöhtem Wärmeschutz, etc.) und die im dritten Quartal infolge der neuen Gesetzgebungen (insbesondere in Frankreich die Wärmeschutzverordnung 2012, kurz RT 2012) wieder ein hohes, in Frankreich sogar zweistelliges Wachstum erzielten.

* Umrechnung auf Basis der durchschnittlichen Wechselkurse in den ersten neun Monaten.

Entwicklung des Umsatzes nach Hauptsparten und geografischen Gebieten:

	Umsatz. 9 Mon. 2010 (in Mio. €)	Umsatz 9 Mon. 2011 (in Mio. €)	Veränderung bei realer Struktur (in %)	Veränderung vglbare Struktur (in %)	Veränderung vglbare Strukturen u. Kurse (in %)
HAUPTSPARTEN					
Innovative Werkstoffe (1)	6 918	7 230	+4,5%	+6,3%	+7,3%
Flachglas	3 854	4 121	+6,9%	+6,6%	+6,6%
Hochleistungswerkstoffe	3 078	3 133	+1,8%	+6,2%	+8,5%
Bauprodukte (1)	8 269	8 703	+5,3%	+4,4%	+5,5%
Innenausbau	3 872	4 122	+6,5%	+5,4%	+6,0%
Außengestaltung	4 424	4 620	+4,4%	+3,7%	+5,3%
Baufachhandel	12 892	13 763	+6,8%	+6,4%	+5,8%
Verpackung (Verallia)	2 683	2 718	+1,3%	+0,4%	+2,8%
Interner Umsatz und sonstiges	-755	-785	-----	-----	-----
GRUPPE	30 007	31 629	+5,4%	+5,3%	+5,8%
GEOGRAFISCHE GEBIETE					
Frankreich	8 520	8 922	+4,7%	+4,7%	+4,7%
Andere westeuropäische Länder	12 724	13 497	+6,1%	+5,9%	+4,7%
Nordamerika	4 287	4 214	-1,7%	-0,3%	+6,2%
Schwellenländer und Asien-Pazifik	5 831	6 466	+10,9%	+10,1%	+10,4%
Interner Umsatz	-1 355	-1 470	-----	-----	-----
GRUPPE	30 007	31 629	+5,4%	+5,3%	+5,8%

(1) nach Bereinigung interner Transaktionen zwischen den Aktivitäten

Ergebnisse der Hauptsparten (bei vergleichbaren Bedingungen)

Die **Hauptsparte Innovative Werkstoffe** setzte ihren Wachstum weiter fort, sowohl **in den ersten neun Monaten (+ 7,3%)** als auch im **dritten Quartal (+4,9%,** nach +5,5% im zweiten Quartal). Die Schwellenländer und die an die Industrieproduktion gebundenen Märkte entwickelten sich weiter dynamisch. Die Verkaufspreise setzten ihren Aufwärtstrend in allen Aktivitäten der Hauptsparten fort.

- **Flachglas** erzielte **in den ersten neun Monaten** ein internes Wachstum von **6,6% (3,4% im dritten Quartal,** nach +5,8% im zweiten Quartal). In den letzten drei Monaten wurde das Wachstum von den Absatzmengen in Asien und den Schwellenländern getragen (im Bau und auf dem Fahrzeugmarkt), während die Verkaufsmengen in Westeuropa unverändert blieben. Im Vergleich zum Vorjahr legten die Verkaufspreise sowohl bei den Basisprodukten

(Floatglas) als auch bei den weiterverarbeiteten Produkten zu, wenn auch weniger stark als im ersten Halbjahr.

- **Die Hochleistungswerkstoffe (HPM)** erzielten **das stärkste interne Wachstum der Gruppe**, sowohl in den **ersten neun Monaten (+8,5%)** als auch **im dritten Quartal (+7,1%**, nach +5,5% im zweiten Quartal), insbesondere aufgrund der verschärften Erhöhung der Verkaufspreise in den letzten drei Monaten, mit der der starke Anstieg der Rohstoff- und Energiekosten aufgefangen werden sollte. Die Verkaufsmengen blieben in allen geografischen Gebieten robust (speziell in Asien und den Schwellenländern), insbesondere auf den Märkten der Industrieproduktion. Die investitionsgebundenen Märkte hingegen, die sich seit 2010 verbessert hatten, gaben gegen Ende des Quartals nach.

Der Umsatz der Bauprodukte erhöhte sich in den **ersten neun Monaten um 5,5%** und **im dritten Quartal um 6,9%** (nach +3,7% im zweiten Quartal). Der kräftige Anstieg des internen Wachstums in den letzten drei Monaten ist hauptsächlich zurückzuführen auf die Zunahme der Verkaufsmengen in den USA – im Innenausbau und in der Außengestaltung - gegenüber dem dritten Quartal 2010, das eine besonders niedrige Vergleichsbasis bildet (die Mengen waren damals um 24% eingebrochen). Besonders dynamisch blieb die Entwicklung in Asien und den Schwellenländern. In Westeuropa hingegen war sie kontrastreicher. Die Verkaufspreise entwickelten sich in allen Aktivitäten und geografischen Gebieten weiterhin gut.

- **Die Aktivität Innenausbau** erzielte ein hohes internes Wachstum, sowohl in den ersten neun Monaten (+6,0%) als auch im dritten Quartal (+5,9%, nach +3,9% im zweiten Quartal). Die Verkaufsmengen legten in allen geografischen Gebieten zu, vor allem in Nordamerika, Asien und in den Schwellenländern. In Westeuropa, insbesondere in Frankreich, wurde das Geschäft weiterhin von den verschärften Energieeinsparverordnungen im Wohn- und Nichtwohnbau getragen: So wuchs der Bereich Dämmstoffe in Frankreich erneut zweistellig (+15,1% in den ersten neun Monaten und +16,1% im dritten Quartal).
- **Die Aktivität Außengestaltung** erzielte ebenfalls in beiden Zeiträumen ein starkes internes Wachstum **(+5,3% in den ersten neun Monaten und +7,9% im dritten Quartal**, nach +3,9% im zweiten Quartal). Grund für das beschleunigte Wachstum in den letzten drei Monaten ist hauptsächlich der zeitweise Anstieg der Verkaufsmengen auf dem US-Renovierungsmarkt (Aktivität „Produkte für den Außenbau“) infolge der Unwetter zu Beginn des Jahres, während gleichzeitig die Vergleichsbasis im dritten Quartal 2010 besonders günstig war. Im Gegensatz dazu sanken die Verkaufsmengen im Rohrleitungsguss, bedingt durch die Budgeteinschnitte in Europa, die wirtschaftlichen Einschränkungen in China und den geschwächten Export in die Länder des Mittleren Ostens. Werkmörtel erzielte im dritten Quartal ein moderates internes Wachstum, getragen von der Dynamik der Schwellenländer (vor allem Lateinamerika und Osteuropa). Die Verkaufspreise entwickelten sich immer noch günstig, konnten aber trotzdem den sehr starken Anstieg der Rohstoffkosten nicht vollständig weitergeben.

Die Hauptsparte Baufachhandel setzte ihre dynamische Entwicklung fort und verzeichnete ein internes Wachstum von **5,8% in den ersten neun Monaten** und von **+3,0% im dritten Quartal**. In den letzten drei Monaten waren Frankreich, Deutschland und Schweden die Motoren des Wachstums, das jedoch etwas geringer ausfiel als im zweiten Quartal (+4,5%), zum einen aufgrund einer höheren Vergleichsbasis, zum anderen aufgrund des fortgesetzten Rückgangs in Großbritannien und Südeuropa. Die Verkaufspreise entwickelten sich über die gesamten neun Monate gut.

Die Hauptsparte Verpackung (Verallia) erzielte ein internes Wachstum von **2,8% in den ersten neun Monaten (0,0% im dritten Quartal)**, hauptsächlich infolge der günstigen Entwicklung ihrer Verkaufspreise (+2,6 sowohl in den ersten neun Monaten als auch im dritten Quartal). Die Verkaufsmengen blieben über den Zeitraum insgesamt stabil (im dritten Quartal aber rückläufig),

da die Abschwächung in den USA und, in einem geringeren Maße, in Europa in den ersten neun Monaten durch das hohe Wachstum in Lateinamerika vollständig kompensiert werden konnte.

Analyse nach geografischen Gebieten (bei vergleichbaren Bedingungen)

Die Analyse des internen Wachstums der Gruppe nach großen geografischen Gebieten ergibt beim Vergleich des dritten mit dem zweiten Quartal ein hohes Wachstum in Asien und den Schwellenländern sowie einen deutlichen Aufschwung in Nordamerika, während Frankreich und die anderen westeuropäischen Länder ein moderateres Wachstum verzeichneten.

- **Frankreich und die anderen westeuropäischen Länder** erzielten ein internes Wachstum von **4,7% in den ersten neun Monaten** des Jahres (**1,6% bzw. 1,8% im dritten Quartal**), im Wesentlichen getragen vom fortgesetzten Wachstum der industriemarktgebundenen Aktivitäten sowie generell von der günstigen Entwicklung der Verkaufspreise. Die im ersten Halbjahr beobachtete Verbesserung im Wohnbau in Frankreich, Deutschland und Skandinavien setzte sich im dritten Quartal gemäßigt fort. Im Gegensatz dazu blieb dieser Markt in Großbritannien und Südeuropa schwierig.
- **Nordamerika** erzielte ein internes Wachstum von **6,2% in den ersten neun Monaten** und von **11,0% im dritten Quartal**. Hauptgründe hierfür waren das gute Geschäft bei den Hochleistungswerkstoffen und die Absatzsteigerung bei den Bauprodukten durch den kurzfristigen Aufschwung auf dem Renovierungsmarkt, der durch die Unwetter zu Jahresbeginn in den USA ausgelöst worden war.
- **Asien und die Schwellenländer** verzeichneten weiterhin ein hohes Wachstum (**+10,4% in den ersten neun Monaten und +7,2% im dritten Quartal**), trotz der Abschwächung des Wachstums im Rohrleitungsguss, insbesondere in China und im Mittleren Osten.

Asbestklagen in den USA

In den ersten neun Monaten 2011 wurden rund 3.000 neue Klagen gegen CertainTeed eingereicht, nach 4.000 Klagen im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Unter Berücksichtigung der Klagen, die in den ersten neun Monaten 2011 beigelegt wurden (rund 7.000, nach 19.000 im Vergleichszeitraum des Vorjahres), war die **Zahl der noch anhängigen Klagen weiter rückläufig** und lag zum 30. September 2011 bei **52.000**, nach 54.000 zum 30. Juni 2010 und 56.000 zum 31. Dezember 2010.

Ausblick und Ziele für das Gesamtjahr 2011

Nach einem Geschäft im dritten Quartal, das insgesamt ähnlich ausfiel wie im zweiten Quartal – dabei ganz unterschiedlich in den verschiedenen Aktivitäten und geografischen Gebieten – geht die Saint-Gobain-Gruppe davon aus, dass sich die in den letzten drei Monaten beobachteten Grundtendenzen auch im vierten Quartal fortsetzen. Berücksichtigt man jedoch die große Unsicherheit in der Weltwirtschaft und deren Einfluss auf die Märkte der Gruppe sowie die höhere Vergleichsbasis (insbesondere bei den Bauprodukten) mit einer geringeren Anzahl von Arbeitstagen als im Jahr zuvor (ein Tag weniger), könnte das interne Wachstum der Gruppe im vierten Quartal schwächer ausfallen.

Die Saint-Gobain-Gruppe erwartet insbesondere:

- ein anhaltend kräftiges Wachstum **in Asien und den Schwellenländern**, trotz höherer Vergleichsbasis und einer leichten Abschwächung des Wachstums.

- ein fortgesetzt gutes Geschäft **in Westeuropa**. Die Industriemärkte dürften robust bleiben, während der Wohnbau insgesamt ein ganz leichtes Wachstum verzeichnen dürfte, dank der weiteren Entwicklung von Lösungen mit hohem Mehrwert für die Märkte des Wohnens und Arbeitens, insbesondere im Bereich der Energieeinsparungen (Dämmstoffe, Isoliergläser, etc.). Die großen Unterschiede von Land zu Land dürften jedoch bleiben (fortgesetztes Wachstum in Frankreich, Skandinavien und Deutschland; anhaltende Schwäche in Großbritannien, erneuter Rückgang in Südeuropa).

- **in Nordamerika** ein anhaltend gutes Geschäft auf den Industriemärkten. Im Gegensatz dazu dürften die Marktbedingungen im Bau wieder schwieriger werden, nachdem der positive Effekt für den Renovierungsmarkt – ausgelöst durch die Unwetter zu Jahresbeginn – und die günstige Vergleichsbasis im dritten Quartal 2010 wegfallen.

- robuste Verbrauchermärkte, mit einem starken Wachstum in den Schwellenländern, wodurch die leichte Abschwächung in den Industrieländern ausgeglichen wird.

Vor diesem Hintergrund und nach den Erhöhungen der Verkaufspreise um 2,8% und 2,9% im zweiten bzw. dritten Quartal wird die **Saint-Gobain-Gruppe sich weiterhin auf die Verkaufspreise konzentrieren**, um den starken Anstieg der Rohstoff- und Energiekosten im Gesamtjahr 2011 aufzufangen.

Aufgrund der großen Unsicherheit in der Weltwirtschaft wird die Gruppe außerdem

- weiterhin **eine strenge Kostenkontrolle ausüben, diszipliniert und selektiv vorgehen in ihrer Politik des Ausbaus, die auf die Schwellenländer sowie auf die Aktivitäten gerichtet ist, die im Bereich der Energieeinsparungen auf den Märkten des Wohnens und Arbeitens tätig sind,**

- weiterhin **ein strenges Cash Management führen und um finanzielle Stabilität bemüht sein.**

Dementsprechend – und trotz des verschlechterten und unsicherer gewordenen Geschäftsklimas – **bestätigt die Saint-Gobain-Gruppe ihre Ziele für das Jahr 2011:**

- **ein hohes internes Wachstum,**

- **ein zweistelliges Wachstum beim Betriebsergebnis** (bei konstanten Wechselkursen*) trotz des Anstiegs der Energie- und Rohstoffkosten,

- **eine freie Selbstfinanzierung von 1,3 Milliarden Euro**, nach Erhöhung der Sachinvestitionen um 500 Millionen Euro,

- **die Wahrung einer robusten Finanzstruktur.**

* durchschnittliche Wechselkurse 2010.

Nächste Ergebnisbekanntgabe:

Ergebnisse 2011: 16. Februar 2012, nach Börsenschluss.

Kontakte Analysten, Investoren	Pressekontakt
Florence TRIOU-TEIXEIRA +33 1 47 62 45 19 Vivien DARDEL +33 1 47 62 44 29	Sophie CHEVALLON +33 1 47 62 30 48 Susanne TRABITZSCH+33 1 47 62 43 25