

PRESSE

communiqué

25. Oktober 2012

Umsatz ersten neun Monate 2012: Steigerung um 2,9% auf 32,5 Milliarden Euro

Internes Wachstum: -1,8%, davon -3,8% im dritten Quartal

Herausragende Fakten:

- Verkaufspreise: **+1,9% in den ersten neun Monaten** und +1,5% im dritten Quartal
- Verkaufsmengen: **-3,7% in den ersten neun Monaten** und -5,3% im dritten Quartal
- **Drittes Quartal bestätigt Geschäftsentwicklung im zweiten Quartal**, jedoch negativer Einfluss durch geringere Anzahl von Arbeitstagen im Vergleich zum Vorjahr und die besonders hohe Vergleichsbasis des dritten Quartals 2011 im nordamerikanischen Bausektor
- Schnelle Umsetzung **weiterer Sparmaßnahmen**

Kommentar von Präsident und Generaldirektor Pierre-André de Chalendar:

*„Das Geschäftsniveau der Saint-Gobain-Gruppe im dritten Quartal bestätigt die allgemein rückläufige Entwicklung, die in Westeuropa seit Mai zu beobachten war, sowie die Schwierigkeiten der Hauptmärkte von Saint-Gobain in Asien und den Schwellenländern. In den USA schränkt die außergewöhnlich hohe Vergleichsbasis des dritten Quartals 2011 (verursacht durch die Unwetter) die positiven Auswirkungen der fortgesetzten Erholung im Wohnungsbau in diesem Quartal stark ein. Vor diesem Hintergrund galt unseren **Verkaufspreisen** nach wie vor **Priorität**, mit dem Ziel, die Erhöhung der Rohstoff- und Energiekosten über das gesamte Jahr hinweg weiterzugeben.*

*In Anbetracht der sich fortsetzenden Konjunkturverschlechterung in den meisten Saint-Gobain Märkten und angesichts der extremen Ungewissheit im gesamtwirtschaftlichen Umfeld setzt die Gruppe ihre **neuen Sparmaßen und ihr Cash Management Programm zügig weiter um. Mit dem starken Engagement ihrer Mitarbeiter kann sie insgesamt ihre Ziele einhalten, wobei jedoch der Rückgang des Betriebsergebnisses im zweiten Halbjahr (gegenüber dem ersten Halbjahr) etwas deutlicher ausfallen wird als Ende Juli erwartet.**“*

Der Umsatz der Saint-Gobain-Gruppe ist in den ersten neun Monaten 2012 **um 2,9% auf 32.541 Millionen Euro gestiegen**, nach 31.629 Millionen im Vergleichszeitraum 2011.

Der **Wechselkurseffekt** war mit **2,0% positiv** und ergab sich im Wesentlichen aus der Aufwertung des US-Dollars und des britischen Pfunds gegenüber dem Euro. **Die Veränderungen im Konsolidierungskreis wirkten sich ebenfalls mit 2,7% positiv aus.** Hierzu beigetragen hat hauptsächlich der Umsatz der neu erworbenen Firmen, die in den letzten zwölf Monaten hinzugekommen sind (vor allem Brossette, Build Center und Solar Gard).

Bei vergleichbaren Bedingungen (vergleichbare Wechselkurse und Konsolidierungskreis) **sank der Umsatz um 1,8%**. Die Mengen **gingen um 3,7% zurück**, während sich die **Verkaufspreise um 1,9% erhöhten**.

Im dritten Quartal ist der konsolidierte Umsatz der Gruppe **um 1,8%** auf 10.951 Millionen Euro **gestiegen**, nach 10.754 Millionen Euro im dritten Quartal 2011. Dazu beigetragen haben die Veränderungen im Konsolidierungskreis mit +2,8%, der Wechselkurseffekt mit +2,8% und **ein internes Wachstum von -3,8% (darin -5,3% in Mengen und +1,5% in Preisen)**.

Insgesamt bestätigt die **Geschäftsentwicklung im dritten Quartal den bereits im zweiten Quartal beobachteten Rückgang** (internes Wachstum von -2,3%, darin 1,9% in Preisen und -4,2% in Mengen). Mit Ausnahme von Verallia, das sich erneut konjunkturresistent zeigt (3,2% internes Wachstum im dritten Quartal), waren die Verkaufsmengen in allen Hauptsparten und Aktivitäten der Gruppe im dritten Quartal rückläufig, worin sich die seit Mai eingetretene allmähliche Verschlechterung des gesamtwirtschaftlichen Umfeldes widerspiegelt. Verschärft wurde die Situation durch die geringere Anzahl von Arbeitstagen im Vergleich zum Vorjahr (ein Tag weniger auf das Quartal gesehen, davon zwei Tage weniger im September, was sich mit -8,8% auf den Umsatz der Gruppe im September auswirkte), die vor allem den Umsatz im Baufachhandel und in geringerem Maße den Umsatz im Innenausbau beeinträchtigte. Bei einer konstanten Anzahl von Arbeitstagen läge das interne Wachstum der Gruppe im dritten Quartal bei -2,8% statt bei -3,8%.

Von den großen geografischen Gebieten, in denen die Saint-Gobain-Gruppe tätig ist, entwickelte sich nur Nordamerika aufgrund der anhaltenden Erholung in der Bauwirtschaft weiterhin gut, trotz der besonders hohen Vergleichsbasis für diesen Markt im dritten Quartal 2011 (Boom auf dem Renovierungsmarkt durch die Unwetter). Vor diesem Hintergrund entwickelten sich die Verkaufspreise in allen Hauptsparten und Aktivitäten der Gruppe nach oben.

Entwicklung des Umsatzes nach Hauptsparten und geografischen Gebieten:

	Umsatz 9 Monate 2011 (in Mio. €)	Umsatz 9 Monate 2012 (in Mio. €)	Veränderung bei realer Struktur (in %)	Veränderung vglbare Struktur (in %)	Veränderung vglbare Strukturen u. Kurse (in %)
<u>HAUPTSPARTEN</u>					
Innovative Werkstoffe (1)	7 230	7 182	-0,7%	-2,6%	-4,5%
<i>Flachglas</i>	4 121	3 860	-6,3%	-6,7%	-6,8%
<i>Hochleistungswerkstoffe</i>	3 133	3 340	+6,6%	+2,6%	-1,7%
Bauprodukte (1)	8 703	8 904	+2,3%	+1,0%	-1,7%
<i>Innenausbau</i>	4 122	4 334	+5,1%	+3,0%	+0,6%
<i>Außengestaltung</i>	4 620	4 609	-0,2%	-0,8%	-3,8%
Baufachhandel	13 763	14 379	+4,5%	-0,1%	-1,4%
Verpackung (Verallia)	2 718	2 855	+5,0%	+6,1%	+3,1%
<i>Interner Umsatz und sonstiges</i>	-785	-779	-----	-----	-----
GRUPPE	31 629	32 541	+2,9%	+0,2%	-1,8%
<u>GEOGRAFISCHE GEBIETE</u>					
Frankreich	8 922	9 024	+1,1%	-2,7%	-2,7%
Andere westeurop. Länder	13 497	13 542	+0,3%	-2,0%	-4,0%
Nordamerika	4 214	4 782	+13,5%	+11,4%	+1,7%
Schwellenländer und Asien-Pazifik	6 466	6 524	+0,9%	-0,9%	-0,3%
<i>Interner Umsatz</i>	-1 470	-1 331	-----	-----	-----
GRUPPE	31 629	32 541	+2,9%	+0,2%	-1,8%

(1) nach Bereinigung interner Transaktionen zwischen den Aktivitäten.

Ergebnisse der Hauptsparten (bei vergleichbaren Bedingungen)

Der Umsatz der **Hauptsparte Innovative Werkstoffe sank in den ersten neun Monaten um 4,5%, im dritten Quartal um 7,2%**. Während das Geschäft im Bereich Flachglas sehr schwierig blieb, verzeichneten auch die Hochleistungswerkstoffe in den letzten drei Monaten eine Verschlechterung, ausgelöst durch den Rückgang in der Produktion und bei den Sachinvestitionen, insbesondere in Westeuropa. Trotz einer hohen Vergleichsbasis stiegen die Verkaufspreise der Hauptsparte im dritten Quartal weiterhin.

- **Der Trend aus dem ersten Halbjahr setzte sich fort, so dass der Umsatz des Bereichs Flachglas in den ersten neun Monaten um 6,8% gesunken ist (-7,0% im dritten Quartal).**

Gründe hierfür sind die rückläufige Entwicklung auf den Hauptmärkten (Automobil und Bau in Westeuropa, Solarindustrie) und der Rückgang bei den Verkaufsmengen in Asien und den Schwellenländern. Demgegenüber haben sich die Verkaufspreise, die im ersten Halbjahr noch gesunken waren, im dritten Quartal stabilisiert. Sie spiegeln jedoch noch nicht die ersten Erhöhungen der Floatpreise wider, die Ende Juli vorgenommen worden sind. Folglich standen die Leistungen der Aktivität Flachglas in den ersten neun Monaten - trotz der scharfen Sparmaßnahmen – noch stark unter dem Einfluss des kräftigen Anstiegs der Rohstoff- und Energiekosten.

- Nachdem das Geschäft bei den **Hochleistungswerkstoffen** im ersten Halbjahr gut gelaufen war, litt die Aktivität im dritten Quartal unter der verschlechterten Weltkonjunktur, was durch die hohe Vergleichsbasis im dritten Quartal 2011 noch verschärft wurde. Der **Umsatz** der Aktivität **sank in den ersten neun Monaten um 1,7% (-7,8% im dritten Quartal)**, worin sich der Rückgang der Absatzmengen in Westeuropa und in den Schwellenländern sowie in einem geringeren Maße in Nordamerika widerspiegelt. Die Sparprogramme der Gruppe und die gute Entwicklung der Verkaufspreise dürften jedoch dazu beitragen, die Auswirkungen dieser Verschlechterung auf die Leistungen der Aktivität im zweiten Halbjahr zu begrenzen.

Die Hauptsparte Bauprodukte verzeichnete einen **Rückgang ihres Umsatzes in den ersten neun Monaten um 1,7%, im dritten Quartal um 4,3%**. Verursacht wurde dies durch die rückläufige Entwicklung bei den Verkaufsmengen in Westeuropa und – im dritten Quartal – durch die sehr hohe Vergleichsbasis im entsprechenden Zeitraum 2011 (Renovierungsboom durch die Unwetter in den USA). Die Verkaufspreise entwickelten sich in allen Aktivitäten und geografischen Gebieten weiterhin gut.

- **Der Innenausbau** erzielte ein leichtes internes Wachstum, sowohl **in den ersten neun Monaten (+0,6%) als auch im dritten Quartal (+0,3%)**. Grund hierfür waren die durchgeführten Preiserhöhungen, insbesondere bei den Gipsplatten in den USA zu Beginn des Jahres. In Westeuropa gaben die Verkaufsmengen nach, vor allem aufgrund der geringeren Anzahl von Arbeitstagen im Vergleich zum Vorjahr. In den USA setzten sie ihre Erholung, unterstützt durch die wieder anziehende Bauwirtschaft, fort, in Asien und den Schwellenländern ging der Trend weiter nach oben.
- **Die Aktivität Außengestaltung** verzeichnete einen **Rückgang ihres Umsatzes bei vergleichbaren Bedingungen, sowohl in den ersten neun Monaten (-3,8%) als auch im dritten Quartal (-8,5%)**. Ursache sind der starke Einbruch bei den Verkaufsmengen im Rohrleitungsguss und die sehr hohe Vergleichsbasis im dritten Quartal 2011 für die Außengestaltungsprodukte (punktueller Einfluss der Unwetter zu Beginn des Jahres auf die Dachrenovierung in den USA), die die positiven Auswirkungen der Erholung in der Bauwirtschaft teilweise kaschieren. Der Bereich Werkmörtel erzielte im dritten Quartal wieder ein gutes internes Wachstum in Asien und den Schwellenländern, litt aber unter der sich verschärfenden Wirtschaftskrise in Westeuropa. Insgesamt betrachtet, haben die Sparmaßnahmen in der Aktivität Außengestaltung erste Früchte getragen, die Verkaufspreise setzten ihre positive Entwicklung fort (vor allem im Bereich Werkmörtel), konnten aber den starken Anstieg der Rohstoff- und Energiekosten in den ersten neun Monaten nicht ganz kompensieren.

Der Umsatz der Hauptsparte Baufachhandel war in den ersten neun Monaten um 1,4% rückläufig (3,0% im dritten Quartal). Deutschland, Skandinavien und die USA verzeichneten in den ersten neun Monaten ein Wachstum (stagnierten jedoch im dritten Quartal), während Frankreich sich gut behauptete und in einem weniger aussichtsreichen Umfeld Marktanteile hinzugewann. In den anderen Ländern der Hauptsparte gab das Geschäft in den ersten neun Monaten nach, verschärft im dritten Quartal aufgrund der geringeren Anzahl von Arbeitstagen im Vergleich zum Vorjahr (ein Tag weniger auf das Quartal gesehen, davon zwei Tage weniger im September, was sich mit -8,2% auf den Umsatz auswirkte). **Bei einer konstanten Anzahl von Arbeitstagen läge das interne Wachstum der Hauptsparte im dritten Quartal bei -1,8%**. Vor diesem schwierigeren wirtschaftlichen Hintergrund setzt die Hauptsparte Baufachhandel weiterhin auf Maßnahmen zur Förderung der Geschäftsdynamik, auf eine gute Handelsmarge durch die Erhöhung der Verkaufspreise und auf Kostenkontrolle.

Die Hauptsparte Verpackung (Verallia) erzielte in den ersten neun Monaten ein internes Wachstum von 3,1% (3,2% im dritten Quartal), das hauptsächlich von der Erhöhung der Verkaufspreise getragen wurde, über die – vor allem im dritten Quartal – die Energiekosten weitergegeben wurden. Die Verkaufsmengen in Frankreich, den USA und Brasilien entwickelten sich weiterhin gut, gingen aber in den meisten anderen Ländern, insbesondere in Süd- und Osteuropa, zurück.

Analyse nach geografischen Gebieten (bei vergleichbaren Bedingungen)

Entsprechend den Entwicklungstendenzen im ersten Halbjahr setzte sich der Rückgang in Westeuropa, in Asien und den Schwellenländern fort, während Nordamerika weiterhin von der allmählichen Erholung in der Bauwirtschaft profitierte.

- **Frankreich und die anderen westeuropäischen Länder** verzeichneten in den ersten neun Monaten des Jahres ein internes Wachstum von -2,7% bzw. -4,0% (-2,4% bzw. -5,7% im dritten Quartal). Der Rückgang ist zum großen Teil auf die Schwierigkeiten im Flachglas und im Rohrleitungsguss zurückzuführen, er spiegelt aber auch die rückläufige Entwicklung auf den Industriemärkten und im Bausektor der meisten europäischen Länder wider.
- **Nordamerika** erzielte in den ersten neun Monaten ein internes Wachstum von +1,7%, nach einem Mengenrückgang von -4,1% im dritten Quartal. Grund des Rückgangs ist die ungewöhnlich hohe Vergleichsbasis im dritten Quartal 2011 bei den Außengestaltungsprodukten (bedingt durch die starken Unwetter zu Beginn des Jahres 2011), die die positiven Auswirkungen der fortgesetzten Erholung im Bausektor in den letzten drei Monaten wieder aufzehrte. Während Verallia weiterhin ein robustes Geschäft verzeichnete, litten die Verkaufsmengen im Bereich Hochleistungswerkstoffe unter den schrumpfenden Industriemärkten.
- **In Asien und den Schwellenländern** setzte sich der Abwärtstrend weiter fort (-0,3% in den ersten neun Monaten, -2,8% im dritten Quartal). Hier gab es noch keine sichtbaren Anzeichen einer Erholung.

Asbestklagen in den USA

In den ersten neun Monaten 2012 wurden wie im Vergleichszeitraum des Vorjahres rund 3.000 neue Klagen gegen CertainTeed eingereicht. Unter Berücksichtigung der Klagen, die in den ersten neun Monaten 2011 beigelegt oder suspendiert wurden (rund 8.000, nach 7.000 in den ersten neun Monaten 2011), war die Zahl der noch anhängigen Klagen weiter rückläufig und lag zum 30. September 2012 bei 47.000, nach 52.000 zum 31. Dezember 2011.

Ausblick und Ziele für das Jahr 2012

Nach einem schwierigen dritten Quartal, das durch die seit Mai eingetretene allmähliche Konjunkturverschlechterung (insbesondere in Europa) beeinträchtigt wurde, geht die Saint-Gobain-Gruppe davon aus, dass sich der bereits in den letzten drei Monaten beobachtete Rückgang auch im vierten Quartal in einem noch sehr ungewissen und fragilen wirtschaftlichen Umfeld fortsetzen wird.

Insbesondere:

- **in Westeuropa** dürften die Industriemärkte (vor allem der Fahrzeugmarkt) weiter nach unten tendieren. Auch der Wohnungsbau (Neubau und Renovierung) dürfte weiter rückläufig sein, bei nach wie vor großen Unterschieden von Land zu Land;
- **in Nordamerika** ist davon auszugehen, dass sich die Industriemärkte aufgrund des Rückgangs in der Produktion und bei den Sachinvestitionen weiter rückläufig entwickeln. Der Wohnbau dürfte sich weiter erholen;

- **in Asien und den Schwellenländern** dürfte das Geschäft stagnieren, bevor es wieder allmählich zum Wachstum zurückkehrt;
- **der private Verbrauch** dürfte sich in allen geografischen Gebieten weiterhin zufriedenstellend entwickeln, mit Ausnahme von Südeuropa.

Vor diesem Hintergrund ist für die Saint-Gobain-Gruppe im vierten Quartal mit einem gedämpften Geschäft zu rechnen, trotz der günstigeren Vergleichsbasis und Anzahl von Arbeitstagen als im dritten Quartal.

Dementsprechend und in Anbetracht der ungewissen Weltkonjunktur wird die Saint-Gobain-Gruppe ihren Aktionsplan entschlossen fortsetzen, insbesondere mit:

- der weiteren **Konzentration auf die Verkaufspreise – mit dem Ziel eines moderaten Anstiegs im Gesamtjahr** -, um den Anstieg der Rohstoff- und Energiekosten weiterzugeben;
- der rigorosen Fortführung des neuen **Konjunkturanpassungsprogramms**, mit zusätzlichen Einsparungen in Höhe von 160 Millionen Euro im zweiten Halbjahr (im Vergleich zum ersten Halbjahr), so dass diese sich **in 2012 auf Einsparungen in Höhe von 500 Millionen Euro und in 2013 auf 750 Millionen Euro im Ganzjahreseffekt (Kostenbasis 2011)** summieren. Das Programm, das die Auswirkungen eines **begrenzten Mengenrückgangs im Gesamtjahr** dämpfen soll, wird hauptsächlich auf Europa gerichtet bleiben;
- der fortgesetzten Kontrolle des **Bedarfs an Betriebskapital**;
- **striktter Disziplin beim Cash Management**, um eine **hohe freie Selbstfinanzierung und eine robuste Finanzstruktur** zu wahren. Zu diesem Zweck werden die Sach- und Finanzinvestitionen im zweiten Halbjahr 2012 gegenüber dem Vergleichszeitraum im Vorjahr um 200 bzw. 350 Millionen Euro gekürzt.

Insgesamt wird die Saint-Gobain-Gruppe **ihre Ziele einhalten**, wobei der **Rückgang beim Betriebsergebnis im zweiten Halbjahr etwas deutlicher ausfallen wird** als Ende Juli erwartet.

Nächste Ergebnisbekanntgabe

Ergebnisse 2012: 20. Februar 2013, nach Börsenschluss.

Über Saint-Gobain

Saint-Gobain, weltweit führender Anbieter auf den Märkten des Wohnens und Arbeitens, entwickelt, produziert und vertreibt Baustoffe. Das Unternehmen bietet innovative Lösungen für die Herausforderungen des Wachstums, der Energieeffizienz und des Umweltschutzes an. Der Umsatz lag 2011 bei 42,12 Milliarden Euro. Saint-Gobain ist in 64 Ländern mit mehr als 195.000 Mitarbeitern vertreten. Mehr Informationen über Saint-Gobain finden Sie unter www.saint-gobain.com.

*

*

*

Pressekontakt	Kontakte Analysten, Investoren
Sophie CHEVALLON +33 1 47 62 30 48 Susanne TRABITZSCH +33 1 47 62 43 25	Florence TRIOU-TEIXEIRA +33 1 47 62 45 19 Vivien DARDEL +33 1 47 62 44 29 Alexandra BAUBIGEAT +33 1 47 62 30 93