

NACHHALTIGKEITSBERICHT
2020



SUSTAINABLE WITH PASSION

Uzin Utz



PROFIT



PRODUCTS
& SERVICES



PLANET



PEOPLE

Wir investieren über
10 Mio. €
in **Forschung & Entwicklung**
für Produkte
in hoher **Qualität** und
im Einklang mit ökologischen
Nachhaltigkeitszielen.

Über **1.300**
engagierte und motivierte
Mitarbeiter
weltweit
tragen zum Erfolg der Uzin Utz
Group bei.

Mit über
574.000 €
unterstützen wir
Spenden- und Sponsoringprojekte
im Bereich Sport, Kultur
und soziale Organisationen.

Mit einem **Umsatz** von
384 Mio. €
und einem **Ergebnis** von
40 Mio. €
haben wir 2020 mit **Rekordzahlen**
abgeschlossen.

Unsere
7 Marken
überzeugen
unsere Kunden mit
geballter Kompetenz und liefern
Produkte
mit **höchster technischer**
Performance.

Wir wollen aktiv zum
Klimaschutz beitragen
und
25 % unserer
Treibhausgasemissionen
reduzieren.

85 %
unserer Mitarbeiter
würden die Uzin Utz Group
als Arbeitgeber
weiterempfehlen.

Über
80 % unserer
wichtigsten Lieferanten
haben sich zu unserem
Verhaltenskodex für nachhaltiges
Handeln
und **verantwortliches**
Wirtschaften
verpflichtet.

Der Vorstand	2
Vorwort des Gesamtvorstands	3
Impressionen 2020	4
Über Uzin Utz – Unternehmensprofil	8
Unsere Strategie	10
PROFIT	14
PRODUCTS & SERVICES	22
PLANET	30
PEOPLE	40
Nichtfinanzielle Konzernerklärung	50

Über diesen Bericht

Dieser Nachhaltigkeitsbericht umfasst die wesentlichen ökonomischen, ökologischen und sozialen Entwicklungen der Uzin Utz Group sowie der Uzin Utz AG im Geschäftsjahr 2020. Mit diesem Bericht informieren wir unsere Stakeholder über die Nachhaltigkeitsstrategie und die Fortschritte bei der Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele des Unternehmens. Detaillierte Angaben zum wirtschaftlichen Geschäftsverlauf befinden sich im Geschäftsbericht.

Um unsere wesentlichen Themen zu bestimmen und damit unsere Berichtsinhalte festzulegen, haben wir uns an der ISO 26000 – Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung – orientiert.

Aus den Anforderungen des deutschen CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetzes leitet sich für die Uzin Utz Group seit dem Berichtsjahr 2017 die Pflicht zur Veröffentlichung einer nichtfinanziellen Erklärung auf Konzernebene ab. Seit dem Geschäftsjahr 2017 wird die CSR-Erklärung innerhalb des vorliegenden Berichts veröffentlicht (siehe Abschnitt Nichtfinanzielle Konzernerklärung).

Wenn nicht anders angegeben beziehen sich die Inhalte auf die Uzin Utz AG, Ulm. Darüber hinaus beinhaltet dieser Bericht Angaben zum Konzern (im Weiteren „Uzin Utz Group“) wie beispielsweise im Rahmen der CSR-Erklärung, PASSION 2025 sowie in Form von Kurzberichten über Aktivitäten der Gesellschaften. Alle Vorjahreszahlen sind in Klammern gesetzt.

Dieser Bericht ist auch als Online-Version auf www.uzin-utz.com auf Deutsch und Englisch verfügbar.

Die Inhalte dieses Berichts sprechen Frauen und Männer gleichermaßen an. Zur besseren Lesbarkeit wird nur die männliche Sprachform (zum Beispiel Kunde, Mitarbeiter) verwendet.

Der Vorstand



Heinz Leibundgut

Mitglied des Vorstands seit
01.01.2016
Geboren: 1957
seit 1999 im Unternehmen

Ressorts:

- Finanzen & Controlling
- Führung der Beteiligungsgesellschaften
- Compliance
- Risikomanagement
- Investor Relations

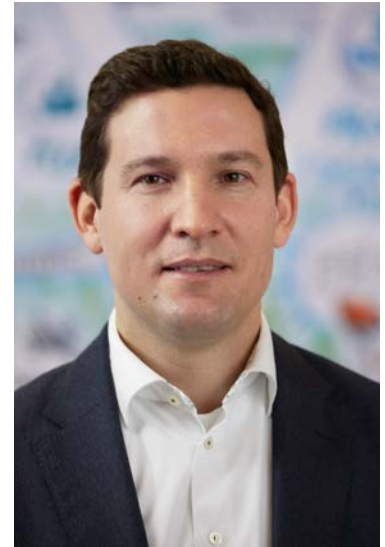


Philipp Utz

Mitglied des Vorstands seit
01.01.2018
Geboren: 1981
seit 2011 im Unternehmen

Ressorts:

- Marketing
- Vertrieb
- Logistik und Einkauf
- Unternehmensentwicklung
- IT



Julian Utz

Mitglied des Vorstands seit
01.01.2018
Geboren: 1981
seit 2011 im Unternehmen

Ressorts:

- Produktion
- Forschung und Entwicklung
- Personal und Recht
- Unternehmensentwicklung

Sehr geehrte Damen und Herren,

wenn wir auf das vergangene Jahr blicken, kommt uns zunächst ein bestimmtes Thema in den Sinn, welches das ganze Jahr 2020 geprägt hat und uns auch sicher noch einige Zeit begleiten wird – die COVID-19-Pandemie. Wir alle erleben Einschränkungen, die wir uns zuvor nie hätten vorstellen können – im Privaten sowie auch im Berufsleben. Daher möchten wir an erster Stelle ganz herzlich unseren Mitarbeitern danken, die sehr verantwortungsbewusst unsere Schutzmaßnahmen mitgetragen haben, höchsten Einsatz gezeigt haben und unsere Unternehmensziele stets im Blick behalten haben. Dies zeigt sich nicht zuletzt an unserem erfolgreichen Jahresabschluss des Jahres 2020 im Umsatz und vor allem im Ergebnis.

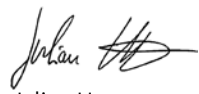
Im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht für das Jahr 2020 können wir teilweise nicht über Aktivitäten berichten, die für uns noch im Jahr 2019 selbstverständlich waren. Sei es die Durchführung von Messen, Kundens Schulungen und -events oder unser jährliches Kinder-Ferien-Programm. Nichtsdestotrotz können wir behaupten, dass wir für viele Aktivitäten digitale Alternativen oder kreative Lösungen gefunden haben, wie beispielsweise digitale Sportkurse, virtuelle Besprechungen oder Schulungsvideos für unsere Kunden. Wie wahrscheinlich für die allermeisten Unternehmen wurde der digitale Austausch – intern und extern – über Videokonferenzen wichtiger denn je. So wurde uns allen die Relevanz der Digitalisierung in hohem Maße vor Augen geführt. Es bestätigt uns darin, dass wir bereits in den vergangenen Jahren in diesem Feld umfassende Maßnahmen initiiert haben. Sei es mit verschiedenen Anwendungen, die den Arbeitsalltag unserer Mitarbeiter effizienter gestalten, wie mit dem Intranet mit integriertem Projektmanagementtool oder der Entwicklung von kundenorientierten Lösungen und Dienstleistungen, wie beispielsweise die Bereitstellung von Building Information Modeling (BIM) und einer Vielzahl weiterer Produktinformationen über unsere Markennpages.

Beeindruckt davon und stolz sind wir als Vorstände darauf, dass wir in der Uzin Utz Group unseren Tatendrang behalten haben und der Start sowie die Umsetzung der Strategie PASSION 2025 trotz den Widrigkeiten der Pandemie in vollem Umfang angelaufen ist. Denn eine noch wichtigere globale Herausforderung haben wir nicht aus den Augen verloren: Den Klimaschutz. 2020 war für uns das Jahr, in dem grundlegende Strukturen für den weiteren Aufbau unseres Klimamanagements in der gesamten Uzin Utz Group etabliert wurden. Denn innerhalb unserer Stoßrichtung PLANET haben wir uns ehrgeizige Ziele gesetzt. Wir werden unseren CO₂-Fußabdruck konzernweit erfassen und klimaschädliche Emissionen reduzieren. Wir möchten unsere direkten betrieblichen und indirekten energiebezogenen Emissionen um 25 % reduzieren, unter anderem indem wir bis 2025 möglichst grünen Strom verwenden. Auch auf unsere vor- und nachgelagerte Lieferkette möchten wir wirken, sei es hinsichtlich alternativer Rohstoffe, alternativer Verpackungslösungen oder bei Logistikprozessen.

Nicht nur in der Stoßrichtung PLANET, sondern auch in den weiteren Stoßrichtungen PROFIT, PRODUCTS & SERVICES und PEOPLE haben wir uns herausfordernde Ziele gesetzt. Aber lesen Sie selbst! Daher wünschen wir Ihnen nun viel Freude beim Lesen des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts über die Entwicklungen und unsere Aktivitäten in 2020.



Heinz Leibundgut



Julian Utz



Philipp Utz

Die Uzin Utz Group sagt DANKE!
Impressionen aus 2020.



Für die Zusammenarbeit in herausfordernden Zeiten ein herzliches Dankeschön an alle Mitarbeiter, Kunden und Geschäftspartner!



Der Vorstand informierte die Mitarbeiter in persönlichen Videobotschaften.



Trotz Abstand und Mund-Nasen-Schutz – Daumen hoch für die starke Verbindung zu unseren Kunden.



Unsere Auszubildenden 2020.



Schnelle Beratung auf der Baustelle –
im Uzin Videochat.



Hybrides Schulungskonzept bei Pallmann.



Ein voller Erfolg: U MOVE, die Sportinitiative
der Uzin Utz Group.



Startschuss für unsere neue Strategie
PASSION 2025.



Neuer Arbeitsalltag in Form von
Videokonferenzen.



Virtuelle Weitergabe unseres Know-hows durch
Online-Schulungsvideos für unsere Kunden.

Ein bewegtes Jahr bei der Uzin Utz Group



Doppelte Hilfe in der Krisensituation:

Durch die Umstellung der Produktion auf Desinfektionsmittel sowie durch die Spende für schwerkranke Kinder.



Pallmann GmbH, Deutschland: Schnelle Hilfe in der Krise

Im Juni 2020 konnte Pallmann eine Spende mit besonderem Hintergrund leisten: Pallmann stellte seine Produktion kurzfristig auf die Herstellung von Desinfektionsmittel um und spendete einen Teil des Erlöses an die Station Regenbogen (Elterninitiative leukämie- und tumorkranker Kinder Würzburg e.V.). Die Spende in einer Gesamthöhe von 4.200 Euro wurde von Pallmann-Geschäftsführer Stefan Neuberger übergeben.

Um einen raschen und wirksamen Beitrag in der Corona-Krise zu leisten, zögerte er daher keine Sekunde die Produktionskapazitäten am Standort Würzburg, Deutschland für die Herstellung von Desinfektionsmittel einzusetzen. So konnten seit Mitte März 2020 Woche für Woche große Mengen an Desinfektionsmittel für Würzburger Krankenhäuser und für Kunden des Unternehmens hergestellt werden.

Seit Jahren unterstützt Pallmann den Verein Elterninitiative leukämie- und tumorkranker Kinder Würzburg e.V. So darf sich der Verein bereits seit sechs Jahren über eine Spende des Parkettprofi-Laufteams freuen, bei dem pro gelaufenem Kilometer ein Euro in den Spendentopf fließt. Unter Einhaltung des Veranstaltungsverbots verlegte Pallmann daher den jährlichen Parkettprofi-Lauf, den die Firma sonst im Rahmen des iWelt-Laufs organisiert, einfach ins Netz. So sammelten Läufer unter dem Motto „Gemeinsam läuft's" bei einem virtuellen Lauf Spenden für die Elterninitiative.



Die UHCW Weihnachts-T-Shirts (oben) und die „Superhero Care Boxes" für die Gesundheitsdienst-Mitarbeiter.

Uzin Utz United Kingdom sponsert Weihnachts-T-Shirts

Unsere Kollegen in Großbritannien haben im vergangenen Jahr 2020 bereits mehrfach die Wohltätigkeitsorganisation der Universitätskliniken Coventry & Warwickshire (UHCW) finanziell unterstützt, welche dazu beiträgt Leben zu retten und Intensivpflege zu leisten.

Seit Beginn der Pandemie sind die Mitarbeiter und Patienten der UHCW dem Risiko von COVID-19 unvermindert ausgesetzt. Uzin Utz UK wollte der

Wohltätigkeitsorganisation in diesen schwierigen Zeiten ihre Wertschätzung und Dankbarkeit zum Ausdruck bringen. Neben finanziellen Zuwendungen spendet das UK-Team auch traditionell Weihnachts-T-Shirts. Laut der Leiterin der UHCW-Wohltätigkeitsorganisation, Jo O'Sullivan, sorgte der auf den T-Shirts abgebildete Pin-



guin für viel Freude bei den Mitarbeitern und Patienten im Krankenhaus. Im speziell eingerichteten Online-Shop konnten die T-Shirts gekauft werden, wobei der gesamte Erlös an den COVID-19-Fonds ging. Der Erlös konnte von den Mitarbeitern dort eingesetzt werden, wo am dringendsten Unterstützung benötigt wurde.

In 2020 wurden insgesamt über 7.500 Pfund gesammelt, womit lebensrettende Ausrüstung und sogenannte „Superhero Care Boxes“ für die Gesundheitsdienstmitarbeiter finanziert und organisiert werden konnten.

Uzin Utz AG, Deutschland: Unterstützung von Helfern in der Corona-Krise



Die Uzin Utz AG ist mit ihrem Hauptsitz in Ulm sehr mit der Region verbunden und bringt dies besonders in schwierigen Zeiten mit sozialem Engagement zum Ausdruck. Mit einer

Spende über 10.000 Euro wurde eine regionale Hilfsaktion zur Versorgung von Corona-Helfern gefördert.

„Wir wollen mit der Spende unseren Teil dazu beitragen, dass die vielen professionellen und ehrenamtlichen Helfer gut und gesund versorgt sind, um mit ganzer Kraft ihre Aufgaben zu erfüllen“, so Philipp Utz, Mitglied des Vorstands von Uzin Utz.

Durch die Initiative „Den Helfern helfen“ wurden Corona-Helfer mit Lunchpaketen und warmem Essen in Ulm und der Region versorgt. Hierzu gehörten Ärzte, Pfleger, Rettungspersonal sowie Polizei und Feuerwehr, welche alle einer großen beruflichen Belastung ausgesetzt waren. Durch eine Onlineregistrierung konnten die kostenlosen Speisen und Getränke vorab bestellt werden. Die Verpflegungspakete wurden täglich innerhalb von zwei Zeitfenstern im Foyer der Ulmer Messe ausgegeben. Zusätzlich konnten sich sowohl Menschen in Not auf der Plattform melden und Hilfe beantragen als auch freiwillige Helfer registrieren.



Vorbereitung und Ausgabe der kostenlosen Essenspakete für Corona-Helfer.



Über Uzin Utz – Unternehmensprofil Konzern und AG

Geschäftsmodell der Uzin Utz Group

Die Uzin Utz Group ist ein weltweit agierendes Unternehmen mit Hauptsitz in Ulm, Deutschland und bietet von bauchemischen Produkten zur Oberflächenveredelung bis hin zu Maschinen zur Bodenbearbeitung ein einzigartiges, umfassendes und aufeinander abgestimmtes Sortiment für die Installation, Renovierung und Werterhaltung von Böden. Professionelle Handwerkskunden, Architekten und Planer unterstützen wir sowohl durch qualitativ hochwertige Produkte als auch durch Service und Dienstleistungen.

Mit dem erfolgreichen und aufeinander abgestimmten Markenportfolio bestehend aus Uzin, Wolff, Pallmann, Arturo, Codex, RZ und Pajarito, bieten wir unseren Kunden eine breite und bedarfsgerechte Palette an Produkten an. Nahezu alle angebotenen Produkte und Systeme werden von der Uzin Utz Group selbst entwickelt, hergestellt und vertrieben. So können wir unsere hohen Qualitätsansprüche von der Herstellung bis zur Verarbeitung sicherstellen und gleichzeitig unsere Technologiekompetenz – insbesondere bei emissionsarmen, umweltfreundlichen Produkten – weiter ausbauen. In diesem Segment verfügt die Uzin Utz Group heute weltweit über das breiteste Leistungsangebot und den neuesten Stand der Technik.

Mit über 1.300 Mitarbeitern ist die Uzin Utz Group in 51 Ländern aktiv, davon in 21 Ländern mit eigenen Produktions- und/oder Vertriebsgesellschaften (Stand März 2021). Unsere Geschäftsschwerpunkte befinden sich überwiegend in Deutschland und den übrigen europäischen Märkten. Darüber hinaus ist die Unternehmensgruppe auch in Nordamerika, Asien und im Raum South Pacific tätig.

Strukturell untergliedern sich die Gesellschaften des Konzerns je nach Funktion in Produktions-, Dienstleistungs- und Vertriebsgesellschaften. Eine detaillierte Übersicht aller Gesellschaften des Konzerns sowie weitere Informationen befinden sich im Geschäftsbericht 2020.

Das zentrale Steuerungsinstrument der Uzin Utz Group ist unsere Unternehmensstrategie PASSION 2025, die unseren Handlungsrahmen für nachhaltiges Wachstum und Erfolg vorgibt. PASSION 2025 wurde mit und von unseren Mitarbeitern entwickelt und im Berichtsjahr gestartet. Für alle Stoßrichtungen PROFIT, PRODUCTS & SERVICES, PLANET und PEOPLE wurden Ziele formuliert, die im vorliegenden Bericht näher beschrieben werden.

WIN-Charta



Vor nunmehr fünf Jahren unterzeichneten wir die Leitlinien und Grundsätze der „WIN-Charta“, der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN) des Landes Baden-Württemberg. Mit dieser Selbstverpflichtung bekennen wir uns dazu, die darin definierten zwölf Nachhaltigkeitsleitsätze einzuhalten und unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten weiter zu steigern. Zugleich möchten wir mit unserem Engagement in dieser Initiative eine Vorbildfunktion für andere Unternehmen wahrnehmen. Innerhalb der Leitsätze setzen wir unsere Schwerpunkte auf die Themen Produktverantwortung, Klimaschutz, Mitarbeiterwohlbefinden und Schaffung von Arbeitsplätzen in der Region, welche genau unsere Stoßrichtungen innerhalb von PASSION 2025 abbilden. Die Initiative fördert zudem das regionale Engagement der teilnehmenden Unternehmen durch ein sogenanntes „WIN-Charta-Projekt“. Auch in 2020 unterstützten wir die „Grünfinder“ – ein Projekt bei dem Kinder aus sozial schwächeren Familien Natur und Umwelt erfahren dürfen (siehe Seite 36). Jährlich veröffentlichen wir einen WIN-Charta-Bericht. Diesen Bericht sowie weitere Informationen finden Sie unter www.win-bw.com. Sie stehen ebenfalls auf unserer Homepage zum Download bereit.



Handlungsfelder und wesentliche Themen

PROFIT	PRODUCTS & SERVICES	PLANET	PEOPLE
Ökonomische Nachhaltigkeit › Seite 14	Innovationen › Seite 23	Betrieblicher Umweltschutz › Seite 30	Unsere Werte › Seite 40
Kundenbindung und starke Partnerschaften › Seite 16	Produktverantwortung und Kundengesundheit › Seite 26	Transparente und nachhaltige Wertschöpfungskette › Seite 34	Work-Life-Balance › Seite 46
Compliance › Seite 20	Digitalisierung › Seite 28	Gesellschaftsorientiertes Unternehmen › Seite 35	Offene Kommunikation › Seite 49

Wesentliche Themen/ Austausch mit Stakeholdern

Unsere bisherigen wesentlichen Themen spiegeln sich selbstverständlich in unserer neuen Strategie wider. Die inhaltliche Ausprägung der Handlungsfelder PROFIT, PRODUCTS & SERVICES, PLANET und PEOPLE – und damit unserer wesentlichen Themen – haben wir im Rahmen von PASSION 2025 mit der Unterstützung unserer Mitarbeiter weiterentwickelt. Wesentliche Themen sind solche, die die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen des Unternehmens widerspiegeln oder die Beurteilungen und Entscheidungen der Stakeholder maßgeblich beeinflussen. Unsere Stakeholder – das sind unsere Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten, Kapitalgeber sowie weitere Personen aus Verbänden, Umwelt und Gesellschaft – haben bestimmte Erwartungen an das Unternehmen. Was unsere Stakeholder bewegt, was sie sich von uns wünschen und was sie für Bedürfnisse haben erfahren wir nur, wenn wir in engem Austausch mit ihnen stehen. Daher treten wir mit ihnen auf unterschiedliche Weise in Kontakt, beispielsweise durch persönlichen Austausch, Umfragen, über unseren Außendienst, über entsprechende Fachabteilungen oder im Rahmen von Schulungen. Das Key Account Management der Uzin Utz Group stellt, zusammen mit dem Vertrieb und dem Technik-Team, die Kommunikation zu unseren Kunden, zu Architekten und Planern sicher. Des Weiteren sind wir in guter Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern, der Bodenbelagsindustrie und den Verbänden. Wir stehen mit vielfältigen Instanzen rund um Nachhaltiges Bauen, Politik, Wirtschaft und unserem

Kundenbeirat in engem und direktem Austausch. So können wir auch hier relevante Themenfelder ableiten. Die wesentlichen Themen können jeweils einem Handlungsfeld zugeordnet werden und wurden durch PASSION 2025 teilweise neu zugeordnet. Alle wesentlichen Themen sowie unser Verständnis der Themen sind nachfolgend in blauer Schriftfarbe. Die Zuordnung ist anhand der Farbgebung ersichtlich sowie der aufgeführten Tabelle zu entnehmen.



Das Thema Football symbolisiert unsere Dynamik und unseren Teamgeist.

PASSION 2025 **Sustainable with Passion**

Sustainable with Passion. So lautet der Titel des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts für das Jahr 2020. Leidenschaftlich arbeiten wir bereits an der Umsetzung unserer neuen Strategie PASSION 2025, für die im Januar 2020 der Startschuss gegeben wurde. Nachhaltigkeit steht im Zentrum unseres unternehmerischen Handelns und ist damit das Kernelement von PASSION 2025.

Das besondere an der Strategie ist, dass sie von einem internationalen Team von rund 70 Kollegen im Jahr 2019 erarbeitet wurde. Wichtig war es uns, gruppenweit allen Mitarbeitern und insbesondere den Führungskräften persönlich die wesentlichen Inhalte zu kommunizieren. Dazu fanden insgesamt zehn sogenannte PASSION Days in den deutschen Gesellschaften sowie den Kern- und Wachstumsländern statt. Nach der ersten Einführung zeichneten sich bereits eine besondere Dynamik und Teamgeist ab.

Internationalität und Synergie

Durch die engere Vernetzung der Tochtergesellschaften können wir Synergien besser bündeln und trotzdem können die Gesellschaften flexibel hinsichtlich land- und marktspezifischen Anforderungen agieren. Mit der neuen strategischen Ausrichtung agieren wir jedoch nicht nur in Bezug auf Veränderungen unseres wirtschaftlichen Umfelds, sondern begegnen auch den Herausforderungen

unserer Zeit, wie dem Klimawandel, fortschreitender Digitalisierung und Globalisierung.

Vier Stoßrichtungen

Auch unsere neue Strategie baut auf unseren vier Handlungsfeldern oder auch „Stoßrichtungen“ auf: Aus Ökonomie und Unternehmenssicherung wird PROFIT, aus Produkten und Dienstleistungen wird PRODUCTS & SERVICES, aus Umwelt und Ressourcen wird PLANET und aus Mitarbeiter und Gesellschaft wird PEOPLE. Alle vier Stoßrichtungen sind gleichwertig relevant, jedoch ändert sich die inhaltliche Ausprägung der Handlungsfelder, unter anderem durch neue Impulse aus der Umwelt sowie durch den stärkeren Unternehmensfokus auf die Internationalität. Auch unsere wesentlichen Themen haben sich weiterentwickelt und wurden teilweise etwas überarbeitet.

Um unseren Erfolg messbar zu machen, haben wir uns für jede Stoßrichtung ein übergeordnetes Ziel gesetzt. Die vier Stoßrichtungen und übergeordneten Ziele werden auf der nachfolgenden Doppelseite vorgestellt und näher beleuchtet.

Erste Teilerfolge

Alle Mitarbeiter und Einheiten in der Group sind aufgefordert verschiedene Initiativen zu erarbeiten, die auf Group-Ebene oder landesspezifisch umgesetzt werden können und die auf die strategischen Stoßrichtungen einzahlen. So konnten im Jahr 2020 bereits erste Projekte zu den einzelnen strategischen Initiativen in ausgewählten Ländern realisiert werden. Darunter fielen Projekte zu Themen wie Produktion, Nachhaltigkeit, Unternehmenskultur, Digitalisierung oder Entwicklung. Durch diese wird nach außen der Kundennutzen erhöht und die Marktpresenz erweitert. Intern gewinnt die Organisation an Effektivität und Effizienz.

Ausblick

Neben der Umsetzung erster strategischer Initiativen wurden Ende des Jahres 2020 auch die organisatorischen Weichen für die nachfolgenden Strategiejahre gestellt. In den kommenden vier Jahren werden wir den Fokus jeweils auf eines unserer Handlungsfelder legen – in 2021 wird dies PRODUCTS & SERVICES sein. Digitalisierung, Entwicklung und Innovation werden daher in diesem Jahr den Schwerpunkt der bearbeiteten Strategiethemen bilden.





PROFIT



Verantwortungsvolles Handeln ist für uns die Basis für dauerhaften wirtschaftlichen Erfolg. Daher beziehen wir bei allen Geschäftsaktivitäten sozial-ethische und ökologische Aspekte mit ein. Unsere wirtschaftliche Stärke und unser beständiger Erfolg basieren auf einer fairen und zuverlässigen Bindung zu unseren Kunden.

Um unsere wirtschaftlichen Ziele zu erreichen, wollen wir unsere Marktposition in einzelnen Ländermärkten ausbauen, indem wir die markt- und länderspezifischen Besonderheiten analysieren und berücksichtigen. Dezierte lokale Vertriebsstrategien stellen dabei für jedes Land die Kundennähe sicher. Zukünftig steht die Vernetzung der Gesellschaften und somit die Nutzung von Synergien mehr im Fokus, beispielsweise bei der Entwicklung von Logistikkonzepten, bei Compliance oder dem Management von lokalen und konzernweiten Risiken. Investitionen und die Optimierung von Produktionsstandorten stehen außerdem im Zentrum der konzernweiten Überlegungen. Märkte von besonderer Relevanz sind unsere sogenannten Kern- und Wachstumsmärkte, die neben Deutschland, die Niederlande, Schweiz, USA, Frankreich und England sind.

Das unternehmensweite Ziel ist es, bis Ende 2025 über alle Gesellschaften und Marken hinweg einen Umsatz von mehr als 550 Mio. Euro zu erreichen. Des Weiteren soll unser Gewinn (gemessen an der EBIT-Marge) mehr als 8 % des Umsatzes ausmachen.

PRODUCTS & SERVICES



Die Uzin Utz Group steht für hohe technische Performance und Innovationskraft. Bei der Entwicklung unserer Produkte berücksichtigen wir stets Gesundheits- und Umweltaspekte. Mit Dienstleistungen und neuen Geschäftsmodellen gehen wir auf die Bedürfnisse unserer Kunden ein. Dazu analysieren wir die spezifischen Kundenbedürfnisse in unseren Kern- und Wachstumsmärkten. Durch Produktneuentwicklungen möchten wir bis 2025 5 % zusätzlichen Umsatz generieren.

Um uns noch besser mit unseren Kunden zu vernetzen, ihnen Informationen und weitere Services bereitzustellen, nutzen und entwickeln wir digitale Lösungen. Auch um Arbeitsabläufe für unsere Mitarbeiter einfacher und effizienter zu gestalten, ergreifen wir die Chancen der Digitalisierung.



Für einen schonenden Umgang mit Umwelt und Ressourcen setzen wir uns nicht nur in unserem Betrieb ein, sondern auch entlang der gesamten Wertschöpfungskette unserer Produkte. Der gewissenhafte Einsatz von Rohstoffen, die kontinuierliche Optimierung von Prozessen und die Nutzung von marktführenden Technologien sorgen für eine effiziente Ressourcennutzung und tragen zur Verbesserung unseres ökologischen Fußabdrucks bei.

Neben dem Umwelt- und Ressourcenschutz widmen wir uns insbesondere der Reduktion von klimaschädlichen Treibhausgasen. Wir möchten sukzessive sogenannte Corporate Carbon Footprints für die einzelnen Tochtergesellschaften erstellen. Ausgehend vom Ist-Zustand werden Maßnahmen zur Reduktion von CO₂-Emissionen eingeleitet. Unser übergeordnetes Ziel ist die unternehmensweite Reduktion klimaschädlicher Emissionen um 25 % bis 2025.

Gerade im regionalen Umfeld unserer Geschäftstätigkeit möchten wir gesellschaftliche Verantwortung übernehmen wie beispielsweise durch die Förderung von umweltbezogenen, sozialen, kulturellen oder sportbezogenen Organisationen. Gleichzeitig möchten wir eine Vorbildfunktion einnehmen und auch andere dazu motivieren sich zu engagieren.

Einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren sind unsere engagierten und qualifizierten Mitarbeiter. Daher investieren wir in die Weiterbildung, die Weiterentwicklung und die Gesundheit unserer Mitarbeiter. Wir begegnen ihnen mit Wertschätzung und möchten für unsere gegenwärtigen und potenziellen Mitarbeiter ein verantwortungsvoller und attraktiver Arbeitgeber sein. Ein festes Wertesystem und eine respektvolle Unternehmenskultur geben uns eine klare Handlungsbasis.

Wir wollen unsere Vertrauens- und Innovationskultur – basierend auf unseren Werten – sowie eine offene Kommunikation pflegen. Transparente Abläufe und der Austausch von Wissen über Länder- und Markengesellschaften hinweg sind besonders für zunehmend internationalere Teams wesentlich.

Um uns ein Bild von der Zufriedenheit unserer Mitarbeiter zu machen, führen wir regelmäßig Mitarbeiterumfragen durch. Gerne würden wir durch unser Engagement, gute Arbeitsrahmenbedingungen zu schaffen und ein attraktiver Arbeitgeber zu sein, eine Weiterempfehlungsbereitschaft von 90 % der Befragten erreichen.



- 1) Dies stellt einen Auszug unserer Ertrags- und Finanzdaten dar. Detailliertere Informationen finden Sie im Geschäftsbericht 2020 der Uzin Utz Group.
- 2) Die Anzahl der Mitarbeiter (Festanstellungen und befristete Verträge) wird in Vollzeitbeschäftigte umgerechnet dargestellt. Teilzeitbeschäftigte werden dabei gemäß ihrer vertraglichen Arbeitszeit proportional berücksichtigt.

Ökonomische Nachhaltigkeit

Ökonomische Nachhaltigkeit bedeutet wirtschaftlichen Erfolg und Investitionen mit gesellschaftlicher und ökologischer Verantwortung in Einklang zu bringen. Voraussetzung dafür ist eine vorausschauende Investitionsplanung.

Wirtschaftlicher Erfolg und Wachstum erfordern ein großes Maß an sozialer und ökologischer Verantwortung. Um wettbewerbsfähig zu sein und auch in Zukunft zu bleiben, agieren wir mit Weitblick und handeln aktiv hinsichtlich den Herausforderungen unserer Zeit wie dem Klimawandel, der Digitalisierung, der Globalisierung und weiteren globalen Problemstellungen wie der COVID-19-Pandemie.

Wir behaupten uns im Wettbewerb durch die Umsetzung innovativer Produktideen und maßgeschneiderten Lösungen, durch unseren Service und unsere Netzwerke sowie durch den Ausbau und die Optimierung der Produktionsstätten. Wir planen unternehmensweit Investitionen und entwickeln Logistikkonzepte. Gerade in einem stark wachsenden Unternehmen ist es wichtig, Strukturen und Kommunikationswege beständig anzupassen. Durch eine enge und frühzeitige Abstimmung werden lokale Überlegungen in eine Gesamtstrategie eingebunden. Erfahrungsaustausch, Best Practice und interdisziplinäre Zusammenarbeit werden gesellschaftsübergreifend sukzessive intensiviert.

Ertrags- und Finanzzahlen ¹⁾

Kennzahlen Uzin Utz Konzern (nach IFRS; in Mio. EUR)	2020	2019	2018 (angepasst)
Umsatzerlöse	383,6	372,4	345,7
Umsatzzuwachs in % zum Vorjahr	3,0	7,7	16,9
EBIT	40,1	30,2	21,3
Jahresüberschuss	29,0	21,3	13,6
Investitionen	15,6	22,6	22,4
Abschreibungen	14,8	14,2	10,7
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	56,0	39,6	15,2
Bilanzsumme	319,2	312,3	295,7
Eigenkapital (inkl. Anteile Dritter)	191,3	171,0	155,8
Mitarbeiter (Durchschnitt) ²⁾	1.335	1.318	1.268

Kennzahlen Uzin Utz AG, Ulm (nach HGB; in Mio. EUR)	2020	2019	2018 (angepasst)
Umsatzerlöse	142,8	145,1	147,3
EBIT	6,4	6,2	-0,6
Jahresüberschuss	10,4	16,9	8,8

UZIN UTZ GROUP ERNEUT MIT AXIA BEST MANAGED COMPANIES AWARD AUSGEZEICHNET



Ein weiteres Mal wird Uzin Utz für strategischen Weitblick, Innovationskraft, eine herausragende Unternehmenskultur und vorbildliche Unternehmensführung mit dem Axia Best Managed Companies Award ausgezeichnet. Mit dem Award und Gütesiegel zeichnen das Prüfungs- und Beratungsunternehmen Deloitte, das Wirtschaftsmagazin WirtschaftsWoche, die Vermögensverwaltung CreditSuisse sowie der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) hervorragend geführte mittelständische Unternehmen aus. Das Programm Axia Best Managed Companies (BMC) bewertet Unternehmen anhand der vier Kernbereiche Strategie, Produktivität und Innovation, Kultur und Commitment

sowie Governance und Finanzen. Mit seiner Unternehmensphilosophie konnte Uzin Utz erneut in allen Kategorien überzeugen. „Trotz unserer über 100-jährigen Firmengeschichte sind wir ein junges Unternehmen geblieben, das sich durch seine Dynamik, Innovationskraft und seine kurzen Entscheidungswege auszeichnet“, machte Philipp Utz bei der Preisübergabe deutlich. Für den Axia Best Managed Companies Award 2020 konnten sich mittelständische Unternehmen bewerben, die einen Jahresumsatz von mindestens 150 Mio. Euro aufweisen, deren Hauptsitz Deutschland ist und die in den vergangenen Jahren wirtschaftlich gewachsen sind. Zum Bewerbungsprozess gehörten ein umfassender Online-Fragebogen und ein persönliches Interview mit der Unternehmensleitung. Nach der Auswertung durch einen Expertenrat kürte eine Jury aus renommierten Wirtschafts-, Wissenschafts- und Medienvertretern die Gewinner.



Best Managed Companies: Unsere drei Vorstände mit Urkunde und Award.



UZIN UTZ IM FINALE DES WETTBEWERBS „ENTREPRENEUR OF THE YEAR 2020“

Außergewöhnliche unternehmerische Leistungen sollten auch in herausfordernden Zeiten gewürdigt werden. Die Prüfungs- und Beratungsgesellschaft EY kürte daher auch 2020 die besten inhabergeführten Unternehmen Deutschlands. Unsere Vorstände wurden für diesen Preis

nominiert und waren unter den Finalisten. Eine namhaft besetzte Jury beurteilte nach der Nachhaltigkeit des Geschäftsmodells, Innovation, Transformation, Mitarbeiterführung und gesellschaftliche Verantwortung.

FOCUS-MONEY-RANKING: UZIN UTZ AUF PLATZ EINS DER BRANCHE

In einem großen Ranking hat Focus Money die Markenstärke und Widerstandskraft in der Pandemie sowie die Zukunftsfähigkeit deutscher Traditionsunternehmen mit langer Geschichte beleuchtet und bewertet. Uzin Utz belegte in der Kategorie Baustoffindustrie den ersten Platz. Um ein aussagekräftiges Bild der Wahrnehmung von Traditionsunternehmen für das Jahr 2020 zu erhalten, hat Focus Money in Kooperation mit dem Analyseunternehmen Service Value relevante Stakeholder wie Kunden, Mitarbeiter oder Lieferanten befragt. Im Rahmen einer aufwendigen Studie wurden deutsche Unternehmen mit mindestens 500 Mitarbeitern berücksichtigt, deren Firmengründung über 100 Jahre zurückliegt.

Die Kernfrage dabei lautete: „Welchen Unternehmen gelingt es aus Ihrer Sicht besonders gut, sich auch heute noch positiv am Markt abzuheben?“ Dabei ging es nicht um die schlichte Bewahrung von Tradition, sondern um den Anspruch, Erfolgsgeschichten stetig weiterzuentwickeln.

Heinz Leibundgut, Vorstand für Finanzen erklärte: „Mit der Auszeichnung werden gleichzeitig unsere Beständigkeit und unser Weitblick anerkannt. Wenn man die Bewertungskriterien genauer betrachtet, haben wir das überwiegend dem Mix aus unserer wirtschaftlichen Entwicklung in den vergangenen Jahren und unserer Bereitschaft für den Wandel zu verdanken.“



Sei es bei persönlichen Veranstaltungen und Schulungen oder bei digitalen Events – wir streben das bestmögliche Ergebnis für unsere Kunden an.

Kundenbindung und starke Partnerschaften

Kundenbindung bedeutet, dass es zwischen Unternehmen und Kunden dauerhafte und erfolgreiche Geschäftsbeziehungen gibt. Daneben setzen wir auf starke Partnerschaften mit unseren Stakeholdern.

Wir setzen auf dauerhafte und erfolgreiche Geschäftsbeziehungen mit unseren Kunden. Daneben pflegen wir starke Partnerschaften mit unseren Anspruchsgruppen. Beispielsweise gehören der Dialog mit Mitarbeitern oder die Kooperationen mit Kunden oder Lieferanten dazu.

Wir arbeiten beständig an technisch hochwertigen Produkten und maßgeschneiderten Systemlösungen zur Verlegung, Renovierung und Werterhaltung von Böden, um die Bedürfnisse unserer Kunden zu erfüllen und ein starker Partner des professionellen Handwerks zu sein. Durch unseren kompetenten und breit aufgestellten Außendienst sowie durch die telefonische Betreuung

seitens unserer Anwendungstechniker, sind wir in der persönlichen Beratung und der Servicekomponente stark. Architekten und Planer werden speziell von unserem Key Account Management beraten. Gruppenweit ist ein Key Account Management-Team etabliert, das auf spezifische Bedürfnisse der Belagsindustrie eingeht.

Fachwissen rund um den Boden, aber auch Erfahrungsaustausch und Wissensvermittlung hinsichtlich rechtlicher Themen oder Marketing ergänzen die Bedürfnisse unserer Kunden und stehen bei unseren Netzwerken im Vordergrund. Durch einige Initiativen zur Förderung von Nachwuchskräften unterstützen wir den Erhalt des professionellen Handwerks.

Know-how für Kunden – Schulungen und Messen

Üblicherweise bieten wir jährlich rund 50 Seminare mit circa 750 Teilnehmern (in 2019) an. Im Jahr 2020 konnten am Standort Ulm bis März zehn Kundens Schulungen durchgeführt werden, weitere konnten wegen pandemiebedingter Beschränkungen nicht stattfinden. Boden-, Parkett-, Estrich- und Fliesenleger sowie Raumausstatter erhielten hierbei, wie auch in den vergangenen Jahren, die Möglichkeit, sich mit unseren Produkten und deren Gebrauch vertraut zu machen und in den direkten Austausch mit unseren Anwendungstechnikern zu gehen. Aufgrund der pandemiebedingten Beschränkungen konnten Kundens Schulungen später nur noch stark reduziert und mit entsprechenden Hygienemaßnahmen stattfinden.

Während zu Jahresbeginn noch Präsenz-Messen möglich waren, nahmen wir im Laufe des Jahres außerdem an einer Vielzahl von virtuellen Messen und digitalen Veranstaltungen teil.

Auch für das Jahr 2021 ist die Teilnahme an diversen Online-Events, wie Messen und Kundenveranstaltungen geplant. Auftakt war die Messe BAU ONLINE im Januar 2021.

Um den Kontakt mit unseren Kunden, Partnern und Interessenten auch weiterhin aufrecht zu erhalten, arbeiten wir ständig an der Entwicklung neuer digitaler Ideen und Möglichkeiten. Neben der Vielzahl an neuen Anwenderfilmen und einem markenübergreifenden Jahresthemenfilm, wurden auch Schulungsvideos von allen Marken als Informations- und Weiterbildungshilfe integriert. Diese sind über die Plattform U-KNOW abrufbar: de.uzin-utz.com/u-know

Netzwerke und Partnerschaften

Netzwerk Boden

Das „Netzwerk Boden“ ist eine bundesweite Leistungsgemeinschaft bestehend aus professionellen Handwerksunternehmen. Die insgesamt rund 2.500 Mitarbeiter an mehr als 70 Standorten setzen sich aus erfahrenen, zertifizierten Handwerksbetrieben zusammen, die Hand in Hand mit Industriepartnern individuelle Lösungen für unterschiedlichste Bauprojekte erarbeiten.

Das Konzept von Netzwerk Boden besteht darin, durch eine Gemeinschaft das einzelne Handwerksunternehmen in seiner Leistungsbreite und im Auftritt gegenüber Auftraggebern zu stärken und die Wettbewerbsfähigkeit zu fördern. Der Netzwerkgedanke spiegelt sich dabei auch im gegenseitigen Austausch von Wissen und Erfahrung, Maschinen oder Manpower wider. Auch Nachwuchs wird im Azubi- und Bauhelfer-CAMP durch unterschiedliche Seminarangebote und hohem Praxisbezug gefördert.

Netzwerk Boden bietet durch umfassenden Erfahrungsschatz und Fachkompetenz der professionellen Handwerksbetriebe erstklassige und umfassende Lösungen bei der Realisierung unterschiedlichster Objekte. So werden Planer, Architekten und Auftraggeber rund um das Thema Boden unterstützt.

Mehr dazu unter:

www.netzwerk-boden.de

Uzin: BOD- Die Bodengestalter

„BOD – Die Bodengestalter“ ist ein Kundennetzwerk aus professionellen bodenlegenden Handwerksunternehmen unter der Schirmherrschaft der Marke Uzin. Die zertifizierten Mitglieder verfügen über ein ausgezeichnetes technisches Know-how und stehen in regelmäßigem gegenseitigem Austausch. Das Ziel ist es Fachbetriebe des bodenlegenden Handwerks bei der Kommunikation und Vermarktung ihrer Leistungen gegenüber dem Endverbraucher professionell zu unterstützen. Dabei steht BOD auf den vier Säulen Persönliche Qualifikation, Netzwerk & Austausch, Marketing & Kommunikation und exklusive Erlebnispakete.

Mehr dazu unter:

www.uzin.de/ueber-uns/bod-die-bodengestalter/

Codex: Fliesenleger im Netzwerk der Besten

Im Bereich der Fliesen- und Natursteinverlegung finden professionelle Handwerker im Codex-Netzwerk praxisorientierte Hilfestellungen aller Art. Das Netzwerk der Besten ist eine Vereinigung der landesweit besten Fliesenleger. Die circa 1.570 Mitglieder profitieren hierbei von den drei Grundpfeilern Marketing, Wissen und Netzwerk. Diese beinhalten neben dem persönlichen Austausch auch weiterführende Informationen zu Themen wie beispielsweise Finanzen, Baurecht, Branchentrends und technischen Neuheiten aus der Codex-Produktwelt. Das jährlich stattfindende zweitägige Netzwerkevent bietet spannende Fachvorträge und Seminare über ebensolche Themen sowie ein abwechslungsreiches und ansprechendes Rahmenprogramm für die Teilnehmer. Leider konnte das Event pandemiebedingt in 2020 nicht stattfinden.

Das Codex-Netzwerk unterstützt das echte Handwerk und steht für qualitativ hochwertige Arbeit. Aus diesem Grund werden nur gelernte und geprüfte Fliesenleger als Mitglied aufgenommen.

Mehr dazu unter:

www.netzwerkderbesten.com

Pallmann: Parkettprofi

Die Marketing-Offensive „Parkettprofi“, die von der Pallmann GmbH im Jahre 2011 initiiert wurde, feierte im Jahr 2020 ihr zehnjähriges Jubiläum. „Mehr Erfolg und weniger Aufwand. Zeit, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren: Parkett verlegen!“ So kann die Offensive für das Parkettleger-Handwerk in Deutschland kurz und knapp beschrieben werden. Im Laufe der Jahre wurde das Angebot von Parkettprofi stetig erweitert und ergänzt. Das Team von Parkettprofi kümmert sich um alles was nötig ist, aber allzu häufig von Handwerksbetrieben vernachlässigt wird: Marketing, aktives Verkaufen, Internetpräsenz und Weiterbildung. Die rund 360 Mitgliedsbetriebe profitieren zum Beispiel von einem exklusiven Seminarangebot, individualisierter Arbeitskleidung oder verschiedenen Werbetoools bis hin zu Großflächenplakaten. Außerdem steht Mitgliedern die exklusive Nutzung der eingetragenen Marke Parkettprofi zu. Über die Internetseite erhalten Endkunden alle nötigen Informationen rund um das Thema Parkettfußböden. Durch eine ausgefeilte Suchfunktion kann gleichzeitig nach qualifizierten Parkettleger Fachbetrieben in der Nähe gesucht werden.

Mehr dazu unter:

www.parkettprofi.de



**Netzwerk
Boden**



*Wir sind
dabei!*





Mitgliedschaft in Verbänden und Organisationen

Wir stehen für die Zukunft und den Fortschritt der Bau-
branche ein und möchten diese aktiv mitgestalten. Daher
engagieren wir uns in zahlreichen Verbänden und Organi-
sationen. Wir setzen unseren Fokus bei der Verbandsarbeit
auf die Themen Emissionen und Gesundheit, Qualitäts-
und Gütesicherung sowie auf die Nachwuchsförderung.
Durch die enge Zusammenarbeit mit den Verbänden und
Organisationen gewinnen wir sehr schnell Erkenntnisse
über aktuelle Entwicklungen und Trends in der Branche
und können dadurch frühzeitig reagieren und zukünftige
Entwicklungen positiv beeinflussen. Zugleich können wir
unsere Kunden über wichtige Mitteilungen und Bekannt-
machungen seitens der Verbände informieren.

Wir begrüßen beispielsweise, dass es in Deutschland
dem Handwerk gelungen ist, in den für uns maßgebenden
Gewerken, der Parkett-, Fliesen- und Estrichleger sowie
der Raumausstatter die Rückkehr zur Meisterpflicht mit
Wirkung zu Beginn des Jahres 2020 zu erreichen.

Aktiv sind wir unter anderem in den folgenden
Industrie- und Handwerksverbänden: Industrieverband
Klebstoffe (IVK), Gemeinschaft Emissionskontrollier-
te Verlegewerkstoffe, Klebstoffe und Bauprodukte e. V.
(GEV), Deutsche Bauchemie e. V., Bundesverband Parkett
und Fußbodentechnik (BVPF), Bundesverband Estrich
und Belag (BEB), Zentralverband Raum und Ausstattung
(ZVR), Fachverband Fliesen und Naturstein, FEB – Fach-
verband der Hersteller elastischer Bodenbeläge e.V. und
dem Bundesverband der vereidigten Sachverständigen für
Raum und Ausstattung e. V. (BSR).

Nachwuchsförderung im Handwerk

Der steigende Fachkräfte- und Nachwuchsmangel stellt
auch das bodenlegende Handwerk vor immer größere
Herausforderungen. Im Rahmen unserer Mitgliedschaft
im Bundesverband Parkett- und Fußbodentechnik, als
finanzieller Förderer sowie als aktives Mitglied im Beirat
der BVPF Servicegesellschaft, unterstützen wir die von
ihm im Jahr 2014 gestartete Ausbildungsinitiative „Das
ist Bodenhandwerk“. Das Ziel der Initiative ist es, junge
Menschen für den Beruf des Bodenlegers, Parkettlegers,
Estrichlegers oder Raumausstatters zu begeistern sowie
Ausbildungs- und Praktikumsplätze bei Handwerksunter-
nehmen zu vermitteln. Zudem soll die Wahrnehmung und
Wertschätzung der Berufe in der Öffentlichkeit verbessert
werden.

Zudem unterstützen wir Meisterschulen in Deutsch-
land und in Österreich finanziell und ideell wie beispiels-
weise durch Referenten, Produkte, das zur Verfügung
stellen von Räumlichkeiten und durch Betriebsbesichti-
gungen.

UZIN UTZ IST „ARCHITECTS' DARLING“



Welches Unternehmen bietet die besten Leistungen und Produkte? Wo wird Wert auf eine persönliche Beratung gelegt? Welcher Hersteller steht für Nachhaltigkeit und eine zuverlässige Marke? Zum zehnten Mal in Folge stellten sich fast 200 Hersteller der Bauindustrie in der bundesweit größten Branchenbefragung im Rahmen des Architects' Darling Award dem kritischen Urteil der wichtigen Entscheidergruppe in der Baubranche – den Architekten und Planern. Uzin Utz überzeugte in der Kategorie „Kleber + Mörtel“ und erhielt Bronze.



Auf einer Grundstücksfläche von rund 61.000 m² entsteht in Waco, Texas bis 2022 ein weiterer Produktionsstandort und somit der dritte Standort in den USA.

Uzin Utz North America: Bau eines neuen Trockenmörtelwerks in Texas, USA



Zur Erreichung unserer strategischen Ziele bis 2025 gehört der weitere Ausbau unserer internationalen Präsenz. Im Rahmen dieser Wachstumsstrategie spielt die Wachstumsregion Nordamerika eine wichtige Rolle, da sie den größten Fußbodenbelagsmarkt der Welt

darstellt. Daher haben wir uns für den Bau einer zweiten Produktionsstätte in den USA entschieden.

Der Uzin Utz Konzern ist bereits seit 2007 mit einer Vertriebsgesellschaft und seit 2015 mit einer Produktionsstätte in den USA vertreten und wächst nun um eine weitere Produktionsstätte. Neben Dover (Delaware) soll nun in Waco (Texas) bis 2022 ein weiterer Produktionsstandort auf einer Grundstücksfläche von circa 61.000 m² mit über 40 Arbeitsplätzen entstehen. Der südlich in den USA gelegene Standort bietet einen strategischen Vorteil sowohl durch die starke Vertretung produzierender Unternehmen als auch durch kurze Distanzen zu verlässlichen Rohstofflieferanten. Neben der lokalen Produktion hochwertiger Qualität soll auch die Produktinnovation weiter fokussiert werden. Mit einem Investitionsvolumen von 34 Mio. US-Dollar sollen ebenfalls ein Schulungszentrum sowie ein zentraler US-Standort für Forschung und Entwicklung entstehen. „Diese Investition in eine zweite Produktionsstätte ist notwendig, um unsere hohen Standards in Bezug auf Produktinnovation, Qualität, Liefergeschwindigkeit und technischen Service aufrechtzuerhalten“, so Julian Utz, Mitglied des Vorstands.



Compliance

Wir führen faire, qualitäts- und kostenoptimierte Geschäftsbeziehungen zu unseren Lieferanten und erschließen gemeinsam Potenziale. Neben wirtschaftlichen Kriterien sind für uns auch Umwelt- und Sozialstandards bei der Beschaffung relevant.



Für die Uzin Utz Group gehört es zum Selbstverständnis, sich nicht nur an Recht und Gesetz zu halten, sondern unser Handeln auch an ethischen Grundsätzen und einem gemeinsamen Werteverständnis auszurichten. Dies schafft eine Vertrauensbasis bei unseren Mitarbeitern, Kunden, Aktionären und weiteren Anspruchsgruppen. Unsere Compliance-Richtlinien enthalten grundlegende und verbindliche Regeln für unser Verhalten innerhalb des Unternehmens sowie gegenüber unseren Geschäftspartnern, Aktionären und der Gesellschaft.

Den Schwerpunkt der Richtlinien, welche zu Beginn des Jahres 2016 bei Uzin Utz eingeführt wurden, stellen die Themen Korruptionsvermeidung und Kartellrecht dar. Die Richtlinien wurden durch verschiedene Informationskanäle bei unseren Mitarbeitern bekannt gemacht, die übergeordnete Richtlinie steht allen Interessierten auf unserer Homepage zur Verfügung. Durch die Einrichtung einer zentralen Compliance-Stelle steht allen Interessensgruppen ein kompetenter Ansprechpartner zur Verfügung. Die Einhaltung der Richtlinien, insbesondere zur Korruptionsvermeidung, wird auf Grundlage eines Reportingtools, dem sogenannten „Compliance Checker“, sichergestellt.

Lieferantenkodex

Mit unserer Compliance-Richtlinie haben wir uns zur Einhaltung grundlegender Verhaltensstandards verpflichtet. Wir bekennen uns dazu, selbst verantwortungsvoll zu handeln und nachhaltig zu wirtschaften. Dementsprechend erwarten wir auch von unseren Geschäftspartnern im Einklang mit unseren Unternehmenswerten zu agieren. Demzufolge haben wir einen Verhaltenskodex (engl. „Code-of-Conduct“) für unsere Lieferanten und Dienstleister erarbeitet, der ebenfalls in unsere Compliance eingebettet ist und wichtige nicht verhandelbare Mindeststandards setzt. Die Selbstverpflichtung stellt einen integralen Bestandteil der Geschäftsbeziehungen sowie ein wichtiges Kriterium für die Lieferantenauswahl und -bewertung dar. So verpflichten sich unsere Lieferanten unter anderem gesetzliche Regelungen und Vorschriften einzuhalten, Kinderarbeit strikt abzulehnen, Menschenrechte und personenbezogene Daten zu schützen, Korruption zu bekämpfen und Produktsicherheit sowie bestmöglichen Umweltschutz zu gewährleisten.

Aktuell haben unseren Verhaltenskodex 82 % der A-Lieferanten und 28 % der B-Lieferanten unterzeichnet. Wir setzen uns weiterhin ambitioniertere Ziele und streben bis Ende 2021 an, mehr als 90 % der A-Lieferanten und über 70 % der B-Lieferanten auf den Kodex zu verpflichten.

Zukunftsthema Nachhaltige Logistik

Für unsere Kunden möchten wir ein verlässlicher Partner sein. Dies beweisen wir durch optimierte Bevorratung und eine hervorragende Lieferperformance durch die gesamte Lieferkette. Um diesen Weg erfolgreich zu gehen, unterstützt uns die Digitalisierung in vielerlei Hinsicht. Unsere Lager- und Transportdienstleister betrachten wir dabei als Partner, mit denen wir nachhaltig wachsen wollen. Dies bedeutet für uns, dass auch unsere Partner ökonomisch, ökologisch und sozial-ethisch Verantwortung übernehmen.

Innerhalb des Green Deal der Europäischen Kommission wurde im Berichtszeitraum deutlich hervorgehoben, dass der Transformation des Transportsystems hin zu mehr Nachhaltigkeit eine besondere Bedeutung zukommt. Um der daraus resultierenden Verantwortung und dem eigenen Anspruch eines ganzheitlichen und umfassenden Nachhaltigkeitsmanagements gerecht zu werden, weitet die Uzin Utz Group den Fokus der eigenen Nachhaltigkeitsanstrengungen bewusst auf die Distributionslogistik aus.

Dazu wurde im vergangenen Jahr, aufbauend auf der Gesamtunternehmensstrategie, eine nachhaltige Logistikstrategie entwickelt, die sich im ersten Schritt auf Deutschland und einige ausgewählte Kern- und Wachstumsmärkte konzentriert, später jedoch auf die gesamte Uzin Utz Group ausgeweitet werden soll.

Diese Strategie setzt zunächst an der Ausschreibung und Vergabe von Logistikdienstleistungen an. So werden wesentliche Nachhaltigkeitsanforderungen in Form eines Code-of-Conduct an die Logistikdienstleister kommuniziert. Darüber hinaus wird zukünftig deren Nachhaltigkeitsleistung über einen Self-Assessment-Bogen abgefragt. Durch den Einsatz von digitalen Lösungen sollen zudem administrative Prozesse optimiert werden.

So konnten durch Prozessoptimierungen bereits 150.000 Blatt Papier pro Jahr in der Distributionslogistik in Ulm eingespart werden. Das Fundament der Nachhaltigkeitsstrategie bildet dabei eine partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den Logistikdienstleistern.



Bereit für den Einsatz – der neue „Uzin-Truck“.



PRODUCTS & SERVICES



UZIN. Und der Boden gehört Dir.

Verlegesysteme für Estrich, Boden und Parkett.



WOLFF. Du bist stärker als Du glaubst.

Maschinen und Spezialwerkzeuge zur Untergrundvorbereitung und Verlegung von Bodenbelägen.



PALLMANN. Mein Parkett. Mein Leben.

Komplettsortiment für die Neuverlegung, Renovierung und Werterhaltung von Parkettfußböden.



Arturo. What a floor can do.

Funktionelle Bodenbeschichtungen mit vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten.



codex. Exklusiv für echte Fliesenleger.

Verlegesysteme für Fliesen und Naturstein.



RZ. Wir lieben Böden.

Reinigungs- und Pflegeprodukte für alle Arten von Bodenbelägen.



Pajarito. Von Profis produziert. Für Profis gemacht.

Werkzeuge für Boden, Wand und Decke.

Forschung und Entwicklung

In den Forschungs- und Entwicklungsabteilungen der Uzin Utz Group bündeln wir alle unsere Kompetenzen. So entstehen Produkte, die neben Qualitätsstandards hohe Anforderungen an den Arbeits- und Gesundheitsschutz der Verarbeiter sowie an die Wohngesundheits der Endverbraucher erfüllen. Unsere Produkte sind daher wichtiger Hebel bei der Umsetzung von ökologischen Nachhaltigkeitszielen. Damit können wir nicht nur den Markt bedienen, sondern schonen gleichzeitig natürliche Ressourcen. Wir setzen auf Produktinnovationen und treiben die kontinuierliche Weiterentwicklung unseres Produktportfolios aller Marken voran.

So beliefen sich die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung auf rund 10,7 Mio. Euro (10,3). Durchschnittlich waren 122 (117) Mitarbeiter im Bereich F&E tätig, die gemeinsam zu einer Produkt-Neuheitsquote aller Entwicklungsstandorte der Uzin Utz Group von 42 % (36 %) beitrugen (ohne Standort Mettmann (Pajarito)).

Die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung bei der Uzin Utz AG betrugen im Jahr 2020 5,2 Mio. Euro (4,8). Durchschnittlich 55 (50) Mitarbeiter arbeiteten stetig an Neuentwicklungen und Produktoptimierungen für die Marke Uzin. Unsere Entwicklungskompetenz spiegelt sich auch in der Neuheitsquote von 64 % (50 %) wider. Die Neuheitsquote berechnet sich anhand des Quotienten aus Umsätzen mit eigenen Erzeugnissen, welche neuartige, noch nie dagewesene oder stark verbesserte Eigenschaften aufweisen, deren marketingtechnische Verwertung nachweisbar ist und die nicht älter als fünf Jahre sind, im Verhältnis zum Gesamtumsatz aller eigenen Erzeugnisse.

Innovationen

Unter Innovationen verstehen wir visionäre und richtungsweisende Produktentwicklungen. Darüber hinaus fassen wir auch Prozessinnovationen, also Prozesse wie etwa in Produktion oder Logistik, darunter.

Mit der stärkeren Vernetzung unserer Mitarbeiter innerhalb der gesamten Group, möchten wir stärker denn je die Ideen von Mitarbeitern fördern und als Input in unsere „Innovations-Pipeline“ einbringen. Im Rahmen unserer Unternehmenskultur wird sichergestellt, dass es ermöglicht wird, Innovationen zu erforschen, auszuloten und schließlich umzusetzen – selbstverständlich unter der Berücksichtigung der sich verändernden Märkte und Ansprüche. Unser Segment Technologiemanagement erfasst Trends in Umwelt, Technik und bei Rohstoffen, wertet diese aus und liefert damit wertvolle Vorarbeit für unsere Forschungs- und Entwicklungsabteilungen.

Die Verbindung von Nachhaltigkeit und Innovationen schafft Synergien. Durch unsere Innovationstärke können wir Produkte auf den Weg bringen, die höchsten technischen Anforderungen gerecht werden und dabei gleichzeitig die Wohngesundheits der Nutzer und die Belange der Umwelt berücksichtigen. Im Folgenden möchten wir dies mit einigen Produktvorstellungen belegen.

UZIN UTZ ERNEUT UNTER DEN INNOVATIVSTEN DEUTSCHEN MITTELSTÄNDLERN

Um die Innovationschampions im deutschen Mittelstand zu küren, hat die Münchener Beratung Munich Strategy im Auftrag der WirtschaftsWoche auch in diesem Jahr – bereits zum sechsten Mal – 3.500 Unternehmen in den Bereichen Innovationstätigkeit, Wettbewerbsposition und Performance analysiert. Dafür wertete sie Jahresabschlüsse und Präsentationen aus, befragte Geschäftsführer, Kunden und Marktbegleiter und errechnete schließlich einen Innovationsindex. Dieser ergibt sich zu einem Drittel aus der Umsatz- und Gewinnentwicklung und zu zwei Dritteln aus der Innovationskraft des Unternehmens. Letztere basiert auf den Angaben zu Marktneuheiten, Innovationsinvestitionen sowie Beurteilung durch Marktbegleiter.



Nach einem Webseminar wurden die Kunden individuell vor Ort geschult. Das Ergebnis ist eine einzigartige Optik.



Pallmann Freestyle Collection: System zur mehrfarbigen Gestaltung von Parkett



Die Pallmann Freestyle Collection verleiht Holzböden einen modernen und individuellen Look. Das technisch anspruchsvolle System steht exklusiv zertifizierten Parkettprofi-Betrieben zur Verfügung. Wie Bestandsböden statt Neuverlegung völlig neu in Szene gesetzt werden können, konnten Parkettleger, die Mitglied in der Marketingoffensive Parkettprofi sind, in einer Schulung erfahren. Für eine lebendige und interaktive Schulung in Zeiten der COVID-19-Pandemie entwickelte Pallmann ein hybrides Schulungskonzept bestehend aus Webinar und Vor-Ort-Schulung auf Augenhöhe mit seiner Zielgruppe.



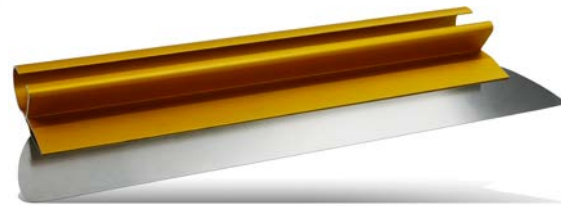
Neue Farbe, neuer Glanz mit Turbo Protect Color von RZ.

Pajarito – Sonderanfertigungen und Pajaquick-Flächenspachtel



Außergewöhnliche Aufgaben erfordern außergewöhnliches Arbeitsgerät. Weil wir das wissen, arbeitet Pajarito daran, die Leistungen unserer Kunden mit dem passenden Werkzeug bestmöglich zu unterstützen. Unsere Experten entwickeln immer neue innovative Produkte für Handwerk und Industrie. Zusätzlich realisieren wir Sonderwünsche und bieten individuelle Lösungen.

Neu im Sortiment ist die Pajaquick-Flächenspachtel, die sich durch ihr um ca. 30 % reduziertes Gewicht gegenüber vergleichbaren Werkzeugen auszeichnet und durch die verbesserte ergonomische Form. Des Weiteren ist der Blattwechsel besonders einfach möglich. Eingesetzt wird dieser Flächenspachtel zum Glätten von Spachtelmassen und Putzen.



Pajaquick-Flächenspachtel.

RZ Turbo Protect Color – Boden schnell erneuern und wieder nutzen



Eine zügige Bodensanierung ohne langen Nutzungsausfall bietet die Versiegelung RZ Turbo Protect Color – bunt, mit Chips oder individuellen Designs, samt Langzeitschutz und neuem Look.

RZ Turbo Protect Color, wasserbasierter 2-Komponenten Versiegelungslack, hat die besondere Auszeichnung des Innovationspreises Architektur+Präsentation verliehen bekommen. Vor allem die Punkte: Kostenreduktion, Zeitersparnis und Nachhaltigkeit überzeugten die Fachjury. Die Auszeichnung würdigt konzeptionelle Lösungen, die in puncto Gestaltung und Funktionalität gleichermaßen überzeugen.

Arturo Concreta



Mit Wow-Effekt: Das mineralische Bodensystem Arturo Concreta.



Das mineralische Bodensystem Arturo Concreta ermöglicht eine dekorative und ästhetische Beschichtung diverser Untergründe. Somit können zum Beispiel Büroräume, Geschäfte oder auch Wohnungen mit einem robusten Look in Szene gesetzt werden, wobei jeder in Handarbeit aufgetragene Boden ein Unikat darstellt. Die sanften Farbnuancierungen sorgen für eine natürliche Ausstrahlung und eine leicht strukturierte Oberfläche mit speziellen Effekten. Das außerdem sehr wohngesunde System ist in zehn Trendfarben erhältlich.

Codex X-Tensive ist Produkt des Jahres 2020

codex X-Tensive ist ein neuer zweikomponentiger Epoxi-Hochleistungsfug- und Klebemörtel der Marke codex. Codex X-Tensive bietet höchste Beständigkeit bei einzigartigem Verarbeitungskomfort. Verbesserte Wascheigenschaften und höchste chemische, thermische und mechanische Widerstandsfähigkeit machen sie zur innovativen Hochleistungsfuge für extrem hoch beanspruchte Bereiche.

Diese Eigenschaften überzeugten die Leser der Fachzeitschrift Fliesen + Platten, die es in der Kategorie Bauchemie zum Produkt des Jahres 2020 wählten.



Ausgezeichnet als Produkt des Jahres 2020: codex X-Tensive.

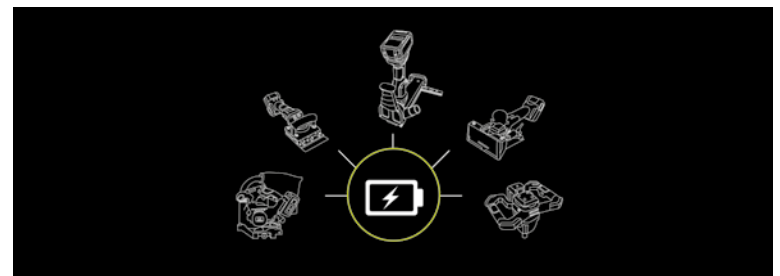
Uzin NC 182 mit „reActivate-Effekt“ und Uzin U 5000 Sprühfixierung



Uzin 182 mit reActivate-Effekt.

Mit der wiederaufschlagbaren, standfesten Reparaturmasse Uzin NC 182 NEU hat Uzin die bewährte schnell trocknende Reparaturmasse Uzin NC 182 um eine wesentliche Gebrauchseigenschaft ergänzt – den „reActivate-Effekt“. Damit kann die angerührte Masse, die im Eimer während der Verarbeitung eindickt, innerhalb der Verarbeitbarkeitsdauer wieder aufgeschlagen, geschmeidig gemacht und weiterverwendet werden. So kann die Verarbeitungszeit verlängert werden und es können gegebenenfalls Entsorgungsmengen reduziert werden.

Kabelloses Arbeiten mit Wolff



Anhand der Akkugeräte 18V präsentiert Wolff das Thema „Kabelloses Arbeiten“.



Bei den sogenannten „Cordless Tools“ – also der kabellosen Geräte mit Akkutechnologie – liegt der Schwerpunkt bei Wolff auf Schnelligkeit und Produktivität. Die volle Leistung, die man von kabelgebundenen Geräten kennt, ist hier gleichfalls garantiert. Ziel ist es, in den nächsten Jahren die „kabellose Baustelle“ zu realisieren und dadurch die Flexibilität von Handwerkern zu verbessern.



Produktverantwortung und Kundengesundheit

Kundengesundheit und –sicherheit in der Anwendungs- und Nutzungsphase von Produkten sind für uns maßgebend: beispielsweise durch Vermeidung von schädlichen Inhaltsstoffen, Lösemitteln und Emissionen in den Innenraum.

Uzin Utz steht für eine hohe und konstante Produktqualität – und das über alle Marken hinweg. Um die Produktqualität zu halten, stecken wir uns anspruchsvolle Entwicklungs- und Qualitätsziele. Durch systematische Kontrolle der einzusetzenden Rohstoffe sowie der Produkte durch unsere Qualitätssicherung erreichen wir diesen hohen Standard. Eingehende anwendungstechnische Prüfungen garantieren Langlebigkeit sowie Sicherheit in der Anwendung der Produkte. Alle in diesem Zusammenhang festgelegten Prozesse sind in unserem integrierten Managementsystem hinterlegt. Produktmängel können wir durch diese strenge Vorgehensweise weitestgehend ausschließen. Dennoch auftretende Beanstandungen erfassen und bearbeiten wir in einem entsprechenden Workflow.

Der Gesundheitsschutz von Anwendern und Endkunden hat oberste Priorität für uns. Da wir die Verantwortung für die Auswirkungen unserer Produkte tragen, treiben wir die Entwicklung von gesundheits- und umweltverträglichen Verlegewerkstoffen kontinuierlich weiter voran. Besonders Augenmerk liegt dabei zum einen auf der Entwicklung schadstoffarmer beziehungsweise weitestgehend schadstoffreduzierter Produkte und zum anderen auf Produkten, die die Innenraumluft und damit die Gesundheit von Endnutzern nicht belasten. Diese Entwicklung haben wir im Berichtsjahr wie bereits seit vielen Jahren konsequent über alle Marken und Standorte vorangetrieben.

Wohngesunde Produkte

Während für den Verarbeiter als unseren direkten Kunden ganz besonders eine herausragende technische Leistungsfähigkeit der Produkte im Vordergrund steht, hat für den Endverbraucher eine gesunde und unbelastete Innenraumluftqualität nach der Produktverarbeitung die höchste Priorität. Die Freisetzung von flüchtigen organischen Stoffen aus Bauprodukten und dadurch verursachte Gerüche oder Gesundheitsbeschwerden sind nach der Verarbeitung absolut unerwünscht. Ihre Vermeidung hat daher bei der Produktentwicklung einen besonderen Stellenwert – gleichrangig zu technischen Produkthanfor-

derungen. Dementsprechend sind heute die Erfüllung der Emissionsgrenzwerte des EMICODE, des „Blauen Engel“ für Verlegewerkstoffe, oder die Einhaltung der AgBB-Grenzwerte eine Grundvoraussetzung für unsere Entwicklungsteams an allen Standorten.

Neben dem insbesondere beim professionellen Bodenleger sehr bekannten, qualitativ hochwertigsten Emissionsiegel EMICODE EC 1 Plus, sind viele unserer Produkte gleichzeitig mit dem Blauen Engel für Verlegewerkstoffe nach der Vergabegrundlage DE-UZ 113 ausgezeichnet. Dieses Siegel genießt insbesondere beim privaten Endverbraucher aufgrund seiner Bekanntheit sowie seiner strengen Anforderungen – u. a. durch die Begrenzung von weichmachenden, umweltgefährdenden oder toxischen Inhaltsstoffen – höchstes Ansehen.

Wohngesunde Produkte, Uzin Utz AG	2020	2019	2018
Quote EMICODE EC 1 Plus/Blauer Engel (Bezogen auf Umsatz)	97,2 %	96,6 %	95,2 %
Quote EMICODE EC 1 Plus/Blauer Engel (Bezogen auf Verkaufsmenge)	97,6 %	96,2 %	95,6 %

Wie in den Jahren zuvor, wurden die EMICODE- und Blauer Engel-Quoten für Uzin Utz ermittelt. Der positive Trend hin zu immer emissionsärmeren Produkten setzte sich, wie schon in den Vorjahren, auch in 2020 fort. So liegt die EMICODE EC 1 / EC 1 Plus-Quote nun bei 97,6 % bezogen auf die verkauften Produktmengen und konnte damit gegenüber dem Vorjahr nochmals übertroffen werden.

Nachhaltiges Bauen und Gebäudezertifizierungssysteme

Nachhaltiges Bauen bedeutet, dass bei der Planungs-, der Bauausführungs- und der Nutzungsphase eines Gebäudes der Fokus auf den Schutz von Umwelt und Ressourcen sowie auf den Nutzen für Mensch und Gesellschaft gerichtet ist. Jedoch auch ökonomische Potenziale sollen beim nachhaltigen Bauen ausgeschöpft werden. Sogenannte Gebäudezertifizierungssysteme setzen die Prinzipien des nachhaltigen Bauens in einem Gesamtkonzept um und bewerten die ökologische, soziale und ökonomische Qualität von Gebäuden quantitativ. Während sich in Deutsch-



land hauptsächlich das Bewertungssystem der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) sowie das amerikanische System LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) etabliert haben, ist vor allem in England, den Niederlanden und in Skandinavien das britische Gebäudezertifizierungssystem BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method) anzutreffen.

Allen Systemen ist gemeinsam, dass sie eine Reihe an definierten ökologischen, ökonomischen und sozialen Aspekten erfordern. Im DGNB-System muss das Gebäude unter anderem Anforderungen an Lebenszykluskosten, Flächennutzung, Barrierefreiheit, Schallschutz und Ressourcenverbrauch erfüllen. Je mehr Kriterien erfüllt werden, desto höher ist die erreichte Gesamtpunktzahl des Gebäudes und desto besser die Auslobung des Gebäudes beispielsweise mit DGNB-Gold, -Silber oder -Platin.

Gerade auch die eingesetzten Bauprodukte tragen in relevantem Maße zur Beurteilung des Bauwerks bei. Für Verlegewerkstoffe spielen in der Gebäudezertifizierung im Allgemeinen Emissionen in den Innenraum eine entscheidende Rolle. Hierbei qualifizieren sich Produkte mit EMICODE EC 1 (Plus) oder dem Blauen Engel sowohl für die höchste Qualitätsstufe 4 der DGNB als auch für BREEAM-Bauvorhaben.

Bis auf wenige Ausnahmen erfüllen alle unsere Produkte die Anforderungen an das nachhaltige Bauen beziehungsweise an die Gebäudezertifizierungssysteme. Wir besitzen das Know-how unsere Produkte entsprechend einzustufen und zu empfehlen.

Schadstoffarme Produkte

Gerade für den Verarbeiter ist es wichtig, dass Produkte bei fachgerechter Verarbeitung keine Gefahr für die Gesundheit darstellen. Zudem erwarten Endverbraucher ebenfalls, dass in der Nutzungsphase der Produkte keine gefährlichen Stoffe in die Innenraumluft gelangen oder am besten erst gar nicht enthalten sind. Um negative Auswirkungen der Produkte daher von vornherein auszuschließen, unternehmen wir auch weiterhin alle erforderlichen Anstrengungen, unsere Produkte frei von CMR-Stoffen (Kat. 1A/1B) oder weiteren problematischen Inhaltsstoffen zu halten. Diese Thematik besitzt nicht nur in Deutschland höchste Relevanz, sondern sie ist immer häufiger auch in anderen Ländern Grundvoraussetzung für einen ungehinderten Marktzugang.

Produktinformationen und Sicherheitsdatenblätter

Für die sachgerechte Anwendung von unseren Produkten stellt Uzin Utz umfassende Produktinformationen wie beispielsweise technische Merkblätter und Sicherheitsdatenblätter in mehr als 20 Sprachen zur Verfügung. Zusätzlich sind für viele Produkte Nachweisdokumente bezüglich des Emissionsverhaltens sowie umweltbezogene Produktinformationen, wie Umweltproduktdeklarationen und Nachhaltigkeitsdatenblätter, verfügbar. Die genannten Dokumente sind über unsere Markenhomepages beim jeweiligen Produkt zum Download verfügbar.

Weitere regulatorische Themen

Auch die Entwicklung weiterer regulatorischer Themen im Bereich des Chemikalienrechts verfolgen wir aufmerksam und vorausschauend. Bereits Anfang 2018 begannen wir mit den ersten Vorbereitungen für ein umfassendes Rechtsvorhaben der EU – der Meldepflicht kennzeichnungspflichtiger chemischer Produkte an die Giftinformationszentren der EU. Im Zuge dieser Meldepflicht mussten stoffspezifische Informationen von rund 1.000 verschiedenen Produkten aller Marken und Standorte in einem aufwendigen Meldeverfahren in ein zentrales Meldeportal übermittelt und die betroffenen Produkte mit dem sogenannten UFI (Unique Formula Identifier; eindeutiger Rezepturidentifikator), einem neuen produktspezifischen 16-stelligen Code, gekennzeichnet werden. Alle erforderlichen Produktmeldungen konnten im Laufe des Jahres 2020 erfolgreich abgeschlossen werden.

Aufgrund des Austritts des Vereinigten Königreichs aus der EU ergeben sich ab dem Jahr 2021 neue regulatorische Herausforderungen im Hinblick auf die Vermarktung bauchemischer Produkte in UK. Zum einen führt Großbritannien ein eigenes Chemikalienrecht (UK REACH) ein, zum anderen müssen alle Produkte, die aufgrund einer harmonisierten europäischen Norm eine CE-Kennzeichnung tragen, zukünftig mit dem englischen Pendant, dem UKCA-Zeichen, gekennzeichnet werden. Die Umsetzung dieser Anforderungen wurde konzernweit initiiert.



Digitale Unterstützung, Uzin-App und Uzin Bodennavigator



Im besonderen Hinblick auf das Jahr 2020, in dem wir Kundenveranstaltungen absagen mussten oder kein direkter Kontakt vor Ort auf der Baustelle gepflegt werden konnte, konnten wir schnell digitale Alternativen bereit stellen. Zum Beispiel hat die Marke Uzin eine neue Landingpage zur Beratung und zum Austausch mit Kunden eingerichtet. Da Fachberater und Techniker nicht wie gewohnt auf die Baustellen kommen können, bietet Uzin ihre Beratung per WhatsApp-Videochat an. Die Techniker können sich durch die Videofunktion ein Bild von der Situation machen und gezielt beraten – fast so, als ob alle gemeinsam vor Ort wären. Daneben hilft der Uzin Bodennavigator über die Website oder die Uzin App dabei, Aufbauempfehlungen der Uzin Experten für verschiedene Fußbodenaufbauten mit wenigen Klicks selbst zu erstellen. Die App hält ferner detaillierte Informationen zum Produktsortiment, Verbrauchsrechner, Händler- und Ansprechpartnersuche, Kontakt zum Kundenservice und Anwenderfilme zu verschiedenen Problemlösungen rund um den Bodenaufbau und die Verlegung bereit.

Digitalisierung

Unser übergeordnetes Ziel ist es, den digitalen Wandel erfolgsversprechend für uns zu nutzen. Unsere Prozesse sind digitalisiert und damit sehr strukturiert. Die Automatisierung bringt in vielen Bereichen eine Arbeitserleichterung mit sich und unsere Mitarbeiter und Kunden können sich stärker auf ihre Kernaufgaben konzentrieren.

Digitale Arbeitswelt

Das Herz unserer Arbeitswelt bei der Uzin Utz Group ist unser Intranet „quako“. Es dient nicht nur als Kommunikationsplattform für den gruppenweiten Informationsaustausch (siehe auch Seite 49), sondern fungiert auch als Arbeitsplattform für unsere Mitarbeiter. Unser Intranet welches auf dem Tool „Confluence“ basiert, ist zu einer gruppenweiten Plattform zu Wissensaustausch und Teamarbeit entwickelt worden. So ist es möglich abteilungs- und gesellschaftsübergreifend zentral Informationsseiten zu erstellen und diese einfach auffindbar abzulegen. Unser Ziel für 2021 ist es das Intranet beziehungsweise Confluence an allen Standorten zu etablieren. Des Weiteren gibt es seit 2020 auch die entsprechende Quako-App für Mobiltelefone.

Unterstützung im Projektmanagement

Unterstützung im Aufgaben- und Projektmanagement bietet das System Jira. Vor allem bei abteilungsübergreifenden sowie internationalen Projekten in einem dynamischen Umfeld ist dessen Verwendung von Vorteil. Mit der Ausweitung des Intranets ist auch dieses Projektmanagementtool konzernweit verfügbar. Alle Projektbeteiligten sehen auf den ersten Blick, wer an welcher Aufgabe arbeitet. Die Verteilung und Terminierung von Aufgaben ist somit transparent. Auch hier können die Berechtigungen vom Projektleiter entsprechend eingestellt werden, um bestimmte Aufgaben individuell zuzuteilen. Jira wurde bisher bereits erfolgreich im Bewerbermanagement eingesetzt und in 2020 wurden weitere Prozesse über Jira abgebildet. Für 2021 soll diese Strategie auch für die Marken und Länder weiter forciert werden.

Datenmanagement

Die Marken der Uzin Utz Group sind weltweit in über 50 Ländern mit variablen Produktportfolios vertreten. Aktuell werden die Daten zu diesen Produkten in bis zu 17 Sprachen angeboten und existieren in Wort und Bild. Um diesen Informationsschatz zuverlässig zu verwalten, hat die Uzin Utz Group ein Product-Information-Management-System zusammen mit einem Media-Asset-Management-System eingeführt. Es handelt sich um ein System zur strukturierten Speicherung und wirksamen Zentralisierung von Produktdaten. So können Daten beispielsweise direkt auf die Homepage übertragen werden oder für weitere Ausgabekanäle genutzt werden.

Schulungen

Mit der Einführung von weiteren Anwendungen kommt uns gleichzeitig die Aufgabe zu unsere Mitarbeiter in der neuen, digitalisierten Arbeitswelt zu schulen, damit diese auch effizient genutzt werden kann. Daher haben wir in 2020 ein umfassendes Schulungsangebot für Confluence und Jira auf die Beine gestellt. Darüber hinaus führten wir die Reihe „Effizient Arbeiten mit...“ ein, die wöchentlich in 50 Minuten ein neues digitales Werkzeug schult. Ziel war es Tipps und Tricks zu lernen, die sofort umgesetzt werden können und zu effizienterem Arbeiten führen.

Digitale Services für unsere Kunden

Die fortschreitende Digitalisierung und das effiziente Datenmanagement nutzen wir um zusätzlichen Mehrwert für uns und unsere Kunden zu schaffen. Bei unseren Kunden und Partnern liegt das Hauptaugenmerk auf der Unterstützung bei Fragen rund um unsere Produkte sowie auf der Hilfestellung auf Baustellen. So setzen wir möglichst kundennahe Lösungen um, die für Händler sowie für Handwerker Unterstützung im Alltag bieten.

Ende 2020 wurde ein neues zentrales Webshopsystem für Bestandskunden aufgebaut. Das System fungiert als intelligenter Auftragseingangskanal und ist mit anderen digitalen Systemen der Gruppe durch umfangreiche Schnittstellen verbunden.

Bodensysteme bereit für Building Information Modeling

Durchgängige digitale Planungsprozesse entwickeln sich in der Baubranche rasant weiter. Der Begriff Building Information Modeling (BIM) beschreibt eine datenbasierte Methode der vernetzten Planung, Ausführung und Bewirtschaftung von Gebäuden und anderen Bauwerken. Dabei werden alle relevanten Bauwerksdaten digital modelliert, kombiniert und erfasst. So können viele Beteiligte über den gesamten Lebenszyklus eines Gebäudes reibungslos zusammenarbeiten. Auch Bauprodukthersteller werden früher in Bauprojekte miteinbezogen, indem sie den Planern ihre Produkte einschließlich Informationen als digitale BIM-Objekte anbieten.

Um Architekten und Planer dabei rund um den Bodenaufbau effizient und lösungsorientiert unterstützen zu können, hat die Uzin Utz Group mit all ihren Marken ein BIM-fähiges Plug-in entwickelt. Als einer der ersten Hersteller von bauchemischen Produkten präsentierte die Uzin Utz Group zur Premiere der Messe digitalBAU im Februar 2020 in Köln ihre Konstruktionsdatenbank für BIM. Mit dem Plug-In kann sich der Planer eine breite Palette an BIM-Bauteilen der Uzin Utz Group in sein Programm laden. Um die Benutzerfreundlichkeit für den Planer optimal zu gestalten, werden die BIM-Bauteile für die unterschiedlichsten Verwendungszwecke als fertige Schichtaufbauten, bestehend aus mehreren aufeinander abgestimmten Produkten, zum Download bereitgestellt. Mithilfe des Plug-ins können alle Bauteile jederzeit automatisch und gesammelt aktualisiert werden.

Weitere Informationen unter bim.uzin-utz.com

Ausschreibungstexte aller Marken für die Bodenplanung

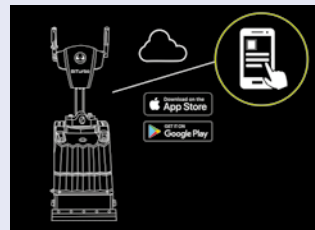
Die Uzin Utz Group stellt für alle Bereiche der Unternehmensgruppe Ausschreibungstexte zur Verfügung: von Schnell- und Leichtestrichen, Feuchtigkeitsabsperren, Verlegesystemen für textile und elastische Böden sowie Parkett über Verbundabdichtungen, Fliesen- & Natursteinverlegung bis hin zur Oberflächensanierung. Leistungsverzeichnisse werden in allen gängigen Formaten ausgegeben. Ausschreibungstexte und Aufbauvorschläge für alle Anforderungen gibt es unter www.uzin-utz.com/planer.



Das Team der Uzin Utz Group informierte über die passgenauen Produktdaten für BIM-Anwendungen und weitere digitale Services rund um die Bodenplanung bei der digitalBAU 2020.



Intelligent Machine Management bei Wolff



Auch bei der Maschinenmarke Wolff hält die Digitalisierung Einzug. Für den Stripper „BiTurbo“ stellt Wolff in 2020 eine revolutionäre Neuerung in der Produktentwicklung vor, die den Funktionsumfang deutlich erweitert. Sogenannte Stripper sind Maschinen zum Ablösen von Bodenbelägen – eine der Kernkompetenzen von Wolff. In Zukunft wird der BiTurbo-Stripper mit einem Chip ausgerüstet, der den Funktionsumfang massiv erweitert. Zum einen bietet der Chip Servicemöglichkeiten zum Erhalt der Funktionalität und Produktivität. Zum anderen hilft die Technologie bei der Standortbestimmung und der Beantwortung von Fragen wie „Wo ist die Maschine?“

oder „Wann muss die Maschine gewartet werden?“. Intelligent Machine Management hilft dabei, wichtige Einflussfaktoren wie Wartungskosten, Verwaltungsaufwand, Transportkosten, Verlustkosten, Personalstunden oder gar den Stillstand auf der Baustelle zu planen und zu optimieren. Über die Wolff-Smartphone-App oder die Webanwendung für den Desktop hat der Kunde Zugriff auf das Gerät. Auf einen Blick kann identifiziert werden, wo die Maschinen sind, welche Maschinen Wartung brauchen, ob ein Problem vorliegt und wie es gelöst werden kann. Durch die Früherkennung von Unregelmäßigkeiten wird die Baustelle besser planbar und Reparaturkosten werden gemindert.



Neue Website von Codex

Die Website der Marke Codex wurde überarbeitet und mit neuen Features ausgestattet. Zum Beispiel wurden 3D-Zeichnungen integriert. Darunter zählen aktuell der Systemaufbau von Bädern und gewerblichen Küchen. Der User kann über eine Klickfunktion in ausgewählte Teilbereiche zoomen und sich die Detaildarstellung mit den verwendeten Codex-Produkten vergrößert anzeigen lassen, was eine multifunktionale Ergänzung zu den bestehenden Printmedien wie Plakaten und Foldern darstellt.

Über die Website ist auch das Portal System X für Mitglieder des Codex Netzwerk der Besten eingebunden. Es bietet den exklusiven Netzwerkmitgliedern deutliche Vorteile (siehe auch Netzwerk der Besten Seite 17). Schwerpunkte liegen auf der regelmäßigen Informationsbereitstellung im aktuellen Blog, der umfangreich gefütterten Fliesenlegersuchmaschine und einer ganzheitlichen Marketingunterstützung.



PLANET

Betrieblicher Umweltschutz

Alle unsere Produktions- und Vertriebsstandorte sollen effizient, umwelt- und klimafreundlich betrieben werden. Dazu gehören die Einsparung von Energie, Wasser und Abfällen sowie die Reinhaltung von Boden, Wasser und Luft.

Umwelt-, Ressourcen- und Klimaschutz

Die natürlichen Ressourcen unserer Erde sind begrenzt. Durch einen verantwortungsvollen und effizienten Umgang mit Umwelt und Ressourcen möchten wir den ökologischen Fußabdruck des Standorts Ulm und der ganzen Uzin Utz Group kontinuierlich verbessern. Mit dem Klimawandel ist die Menschheit mit einer großen globalen Herausforderung konfrontiert. Schon jetzt sind ganze Ökosysteme stark beeinträchtigt und bedroht mit zunehmenden Folgen für unsere Lebensgrundlage. Dabei stellen Umweltkatastrophen ein immer größer werdendes Risiko für die wirtschaftliche Stabilität dar. Umwelt- und Klimaschutz nehmen daher auch in unseren unternehmerischen Prozessen einen hohen Stellenwert ein. Im Rahmen der neuen Strategie PASSION 2025 hat sich die Uzin Utz Group zum Ziel gesetzt, ein konzernweites umfassendes Umwelt- und Klimamanagement aufzubauen. So sind mittlerweile in fast allen unseren Tochtergesellschaften Nachhaltigkeitsbeauftragte etabliert.

Mit einem umfassenden Umwelt- und Klimamanagement wollen wir unseren Beitrag zum Klimaschutz leisten und uns zudem auf zukünftige geschäftsrelevante Entwicklungen und regulatorische Anforderungen vorbereiten. Für unseren Standort Uzin Utz AG, Ulm sowie für elf weitere definierte Standorte haben wir bereits die durch unsere Geschäftstätigkeit verursachten Treibhausgase, sogenannte Corporate Carbon Footprints, erfasst. Zur Reduktion wurden bereits entsprechende Maßnahmenkataloge entwickelt und deren Umsetzung zum Teil begonnen. Die Berechnung des Carbon Footprints wollen wir auf alle Standorte übertragen und darauf bezogen weitere Maßnahmen und Zielsetzungen erarbeiten.

Unser übergeordnetes Ziel von PLANET für 2025 ist es, unternehmensweit Emissionen unserer direkten Geschäftstätigkeit und die indirekten energiebezogenen Emissionen um 25 % zu reduzieren.



UZIN®

Uzin: KlimaschUZINWebsite

DEINE WELT.
DEINE WAHL.

UZIN HYDROBLOCK-SYSTEM:
DIE FEUCHTESPERRE,
DIE CO₂ EINSPART.

UZIN. UND DER BODEN GEHÖRT DIR.

UZIN

Unser Beitrag zum Klimaschutz zeigt sich auch am Beispiel unseres Uzin Hydroblock-Systems. Durch unsere umweltschonendere Cube-it-Simple Verpackung fällt hierbei viel weniger Abfall an und zudem wird eine deutliche Menge CO₂ eingespart. Kunden haben die Möglichkeit, das CO₂-Einsparungspotenzial beim Einsatz unseres Systems im Vergleich zu einem Epoxi-System zu berechnen. Den CO₂-Rechner sowie weitere Hintergrundinformationen sind auf der Klimaschuzin-Website zu finden:

www.klimaschuzin.de

Lebenszyklusbetrachtung

Ökobilanzen

Mit Hilfe von Ökobilanzen können die Umweltwirkungen von Produkten systematisch über den gesamten Lebenszyklus erfasst und bewertet werden. Bereits seit 2010 können wir inhouse Ökobilanzen für unsere Produkte erstellen. Die Methode der Ökobilanzierung stützt sich dabei auf die internationalen Normen DIN EN ISO 14040 und DIN EN ISO 14044. Für jede Lebenszyklusphase eines Produkts, wie Rohstoffherstellung, Produktion, Verpackung, Verarbeitung und Nutzung sowie für alle Transporte werden In- und Outputs erfasst. Inputs sind beispielsweise alle Rohstoffe sowie Energie- und Wasserverbrauch. Outputs sind unter anderem Abfälle und Emissionen. Aus diesen In- und Outputs werden schließlich Kennzahlen gebildet, wie beispielsweise das Treibhauspotenzial (GWP), auch besser bekannt als Carbon Footprint oder CO₂-Bilanz. Diese Kennzahlen werden auch als Basis für unsere Klimaschutzziele im Bereich der Rohstoffe und Verpackungen verwendet. Eine Ökobilanz zeigt den Status quo der Umweltwirkungen eines Produkts auf und bildet die Grundlage von Umwelt-Produktdeklarationen (Environmental Product Declarations, EPD).

Nachhaltige Produktentwicklung

Neben einer hohen technischen Leistung setzen Kunden in Bezug auf Verlegewerkstoffe im Innenraum gleichermaßen voraus, dass diese keine Gefahr für Mensch und Umwelt darstellen und insbesondere die Raumluft nach der Verarbeitung nicht durch Lösemittel oder andere Schadstoffe belasten. Dieser Erwartung kommen wir durch die Entwicklung von lösemittelfreien, schadstoff- und sehr emissionsarmen Produkten nach.

Um sicherzustellen, dass negative Umweltwirkungen tatsächlich reduziert werden und nicht in eine andere Lebenszyklusphase verschoben werden, betrachten wir unsere Produkte gesamtheitlich über alle Lebenszyklusphasen hinweg. Durch Ökobilanzen kennen wir die Umweltwirkungen in allen Phasen unserer Produkte, vom Rohstoffabbau und der Herstellung bis hin zum Einbau, der Nutzung und Entsorgung.

Managementsysteme und Verantwortlichkeiten

Unser integriertes „Managementsystem für verantwortungsvolles Handeln“ basiert auf den internationalen Normen DIN EN ISO 9001 und DIN EN ISO 14001. Es regelt Verantwortlichkeiten, betriebliche Organisationsstrukturen und -prozesse und ist die Basis für die kontinuierliche Verbesserung des integrierten Umweltschutzes bei der Uzin Utz AG.

Alle betriebsbezogenen Umweltthemen liegen in der Verantwortung des Ausschusses für Umwelt, der sich regelmäßig zur Umweltgesetzgebung und weiteren Themen austauscht. Mitglieder sind die Beauftragten für Umweltmanagement, Gefahrstoffe, Abfälle, Energie und Wasser, Brandschutz sowie der Arbeitsschutzbeauftragte.

Energie

Unseren Strombedarf decken wir am Standort Ulm bereits seit 2012 zu 100 % durch Ökostrom aus Wind- und Wasserkraft. Für alle Gebäudeheizungen dient Fernwärme als Energieträger (Abwärme des benachbarten Müllheizkraftwerks). Durch ein ausgezeichnetes Energiemanagement konnten wir in den vergangenen Jahren selbst kleinste Energieeinsparpotenziale identifizieren und nutzen. Trotzdem überprüfen wir beständig unseren Energieverbrauch und versuchen die Energieeffizienz am Standort noch weiter zu erhöhen. Beispielsweise setzen wir die Umstellung auf energieeffizientere Beleuchtung für alle neu gestalteten Büros fort.

Energie, Uzin Utz AG (in MWh)	2020	2019	2018
Strom	3.962	3.810	3.820
Fernwärme, Gas	2.499	2.546	2.695
Gesamt Energie	6.461	6.356	6.515



Wasser

Der Wasserverbrauch am Standort Ulm ist zum Großteil auf die sanitären Anlagen zurückzuführen sowie auf die Nutzung als Rohstoff für die Produkte und den Einsatz als Waschwasser für die Anlagen. Unsere Anlagen müssen durch unser breites Spektrum an Flüssigprodukten mit verschiedenen Bindemitteln als Rohstoffbasis in regelmäßigen Abständen gereinigt werden. Durch entsprechend angepasste Produktreihenfolgen wird die Häufigkeit von Reinigungsvorgängen minimiert und damit die Menge an Waschwasser und Abfällen möglichst gering gehalten. Die Aufbereitung des Waschwassers erfolgt durch eine Dekanieranlage, wodurch ein Großteil des gereinigten Wassers wieder in die Produktion zurückgeführt werden kann. Filtrerrückstände werden entsorgt. Zur Reduzierung des Wasserverbrauchs ist zudem eine Kleinteilereinigungsanlage mit Kreislaufführung im Einsatz. Anfang des Jahres wurde zudem ein neues Kühlwasserversorgungssystem in Betrieb genommen. Der Wasserverbrauch in 2020 hat sich auf Grund der gesteigerten Produktionsmengen und der höheren Mitarbeiterzahl im Vergleich zum Vorjahr leicht erhöht.

Wasser, Uzin Utz AG (in m³)	2020	2019	2018
Frischwasserverbrauch	5.414	5.301	5.920



Uzin Utz Netherlands: Von Regen zu Toilettenspülwasser

Die „grüne Fabrik“ der Uzin Utz Netherlands in Haaksbergen gehört zu den umweltfreundlichsten Industriebauten der Niederlande, wobei neben einer besonders nachhaltigen Bauweise auch andere Umweltaspekte Beachtung finden. Vor diesem Hintergrund wurden nun alle Vorkehrungen getroffen, um 2021 mit Hilfe von Grauwasser-Tanks ein sogenanntes Grauwasser-System zu betreiben. Mithilfe des Grauwassers, welches aus Regen gewonnen wird, werden die Toilettenspülungen betrieben. Somit können voraussichtlich etwa 450 m³ sauberes Trinkwasser pro Jahr eingespart und zusätzlich der Ausstoß von CO₂ reduziert werden. Nicht benötigtes Wasser wird für die spätere Verwendung gespeichert. Zur erfolgreichen Implementierung und Akzeptanz des Systems wurden die Mitarbeiter durch Aushänge über die Vorteile der Maßnahme sowie über relevante Aspekte in Bezug auf Nachhaltigkeit informiert.



Regenwasser wird in einem Tank gesammelt und für die Spülung der Toiletten verwendet. So können circa 20 Liter frisches Trinkwasser pro Mitarbeiter pro Tag eingespart werden.

Abfälle

An oberster Stelle unseres Abfallmanagements steht die Vermeidung von Abfällen. Voraussetzung dafür ist es, genau die Prozesse zu kennen, bei denen Abfälle entstehen. Durch unser Qualitätswesen werden eingehende Rohstoffe und Produkte vor der Abfüllung geprüft und freigegeben oder gegebenenfalls gesperrt und somit Fehlchargen reduziert. Für nicht vermeidbare Abfälle stehen an zweiter Stelle das Recycling sowie die Entsorgung anfallender Abfälle. Hierbei wird eine möglichst hohe Verwertungsquote angestrebt. Anfallende Produktreste werden nach Möglichkeit wieder in die Produktion eingeführt und Verpackungsmaterialien wie Kunststoffgebinde, Papiersäcke und Folien dem Recycling zugeführt. Alle Mitarbeiter werden jährlich durch Pflichtschulungen zum Thema Mülltrennung und -vermeidung geschult und produktionsnahe Abteilungen sogar häufiger. Zur korrekten Entsorgung steht des Weiteren ein Entsorgungshandbuch zur Verfügung. Alle Entsorgungspartner von Uzin Utz sind zertifizierte und regionale Entsorgungsfachbetriebe.

Abfälle, Uzin Utz AG	2020	2019	2018
Abfall (in t)	1.953	1.647	1.892
Davon zur Verwertung	73 %	74 %	81 %

Emissionen in Wasser, Luft und Boden

Als Branchenvorreiter stellen wir bereits seit 2011 keine lösemittelhaltigen Produkte mehr her. Zuvor wurden nur noch wenige lösemittelhaltige Produkte für Spezialanwendungen hergestellt. Dementsprechend gibt es keine Lösemittlemissionen am Standort. Geringfügige staubförmige Emissionen entstehen durch den Einsatz von pulverförmigen Rohstoffen und durch die Herstellung von Pulverprodukten. Durch moderne Filteranlagen halten wir Staubemissionen deutlich unter den zulässigen Grenzwerten. Die Einhaltung der Werte wird sowohl durch eigene Messungen als auch regelmäßige Emissionsmessungen des TÜV sowie durch zyklische Wartungen der Filteranlagen durch externe Fachbetriebe sichergestellt.



Die neuen Kanister aus Recyclingmaterial werden für Grundierungen der Marken Uzin, Codex und Pallmann eingesetzt.



Die Kanister aus recyceltem Altkunststoff sind entsprechend gekennzeichnet und kommen auch am Standort Ulm zum Einsatz.

Transparente und nachhaltige Wertschöpfungskette

Unser wesentliches Thema „Transparente und nachhaltige Wertschöpfungskette“ bedeutet, dass wir auch auf unsere vor- und nachgelagerte Wertschöpfungskette positiv einwirken und dort Klima- und Umweltschutz vorantreiben möchten. Dazu führen wir faire, vertrauensbasierte und konstruktive Geschäftsbeziehungen zu unseren Lieferanten und Kunden.

Lieferantenmanagement

Um alle Teilaspekte unserer Geschäftsbeziehungen zu unseren Lieferanten zusammenzuführen und zu bewerten, führen wir jährlich eine Beurteilung unserer Top-50 Lieferanten durch. Für die Kriterien, wie zum Beispiel Liefer- und Mengentreue, Produktqualität, Preispolitik und Zuverlässigkeit werden Punktzahlen vergeben, die gewichtet und addiert in einen Gesamtwert eingehen. Unterschreiten Lieferanten entsprechend festgelegte Mindestpunktzahlen, leiten wir gemeinsam mit ihnen Maßnahmen zur Erreichung der Zielwerte ein. So können wir die Qualität unserer Lieferanten schon seit einigen Jahren wirksam auf einem hohen Niveau halten und haben dabei die Kosten im Blick. Bereits seit einigen Jahren werden neben der Serviceleistung auch ökologische und soziale Aspekte in die Bewertung einbezogen. So legen wir immer mehr Wert auf das Thema Innovationskraft der Lieferanten hinsichtlich grüner Technologien und Reduktion des Carbon Footprints.

Ressourceneffiziente Verpackungen

Um einen wesentlichen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten, ist der Einsatz von alternativen Verpackungen und Verpackungsmaterialien zur Steigerung der Ressourceneffizienz ein wichtiger Hebel. Der Einsatz von alternativen Verpackungen reduziert nicht nur im Werk, sondern auch auf der Baustelle Verpackungsmüll. Unsere Cube-it-Simple-Verpackung, die wir seit 2014 als Alternative zum Kanister bei unseren flüssigen Produkten anbieten, besteht aus einem Kunststoffbeutel in einem Umkarton aus Altpapier. Dadurch können im Vergleich zum Kanister rund 75 % Kunststoff eingespart werden. Der Karton kann zudem platzsparend zusammengeklappt und als Altpapier entsorgt werden.

Da das Bag-in-Box-Gebinde jedoch nicht für alle Anwendungen auf der Baustelle geeignet ist, haben wir weiter an alternativen Verpackungslösungen für übliche

Kunststoffkanister gearbeitet. Auch unsere weiteren Verpackungsmaterialien haben wir auf den Prüfstand gestellt.

Kanister aus recyceltem Kunststoff

Im Bereich der Kanister haben wir den Einsatz von recyceltem Altkunststoff, sogenanntem Post-Consumer-Rezyklat kurz PCR-Material, forciert. Der Altkunststoff wird gesammelt, gereinigt, sortiert und zu Granulat verarbeitet, welches als Ausgangsmaterial für die Kanister dient. Damit werden weniger natürliche Rohstoffe für Verpackungen verwendet und zusätzlich das Klima geschont. Im Vergleich zu herkömmlichen Kanistern werden 95 % weniger fossile Rohstoffe benötigt und in Bezug auf das eingesetzte Rohmaterial 75 % weniger CO₂-Emissionen erzeugt.

Anfang des Jahres 2020 wurden alle Kanister auf PCR-Material umgestellt. Ausgenommen ist nur ein kleiner Teil von Kanistern bei denen es technische Einschränkungen wie zum Beispiel in Form von Zulassungen gibt. Insgesamt haben wir circa 75 % des Kanisterbedarfs auf PCR-Ware umgestellt (nach Gewicht). Im Laufe des Jahres 2021 sollen nun auch die entsprechenden Verschlüsse auf PCR-Material umgestellt werden. Neben ökologischen Vorteilen haben die Kanister weitere praktische Vorteile wie den robusten Griff, einfaches Ausgießen und gute Stapelbarkeit.

Weitere Verpackungstypen

Bei vielen unserer Eimer wurde bereits anteilig Kunststoff aus Neuwaregranulat durch Recyclingmaterial in unterschiedlichen Anteilen ersetzt. Der Anteil an Recyclingmaterial soll weiter gesteigert werden, daher laufen entsprechende Tests bis hin zu einer vollständigen Umstellung auf PCR-Kunststoff. Auch weitere Materialien kommen in Frage und werden getestet.

Gesellschaftsorientiertes Unternehmen

Auch in unserem regionalen Umfeld möchten wir einen positiven Einfluss ausüben. Wir stellen uns die Frage wie wir regionale Verbesserungen beim Umweltschutz anregen können und Menschen dazu motivieren können dabei mitzuwirken. Wir wollen eine Vorbildfunktion für andere Unternehmen einnehmen und uns aktiv in verschiedenen regionalen Projekten engagieren. Dabei sind uns umweltbezogene, soziale, kulturelle oder sportliche Initiativen gleichermaßen wichtig.

Gesellschaftliche Verantwortung

Mit unseren Spenden setzen wir als Familienunternehmen die langjährige Tradition fort, die lokale Arbeit gemeinnütziger Initiativen im Bereich Kultur, Sport, Bildung, Umweltschutz und Soziales zu fördern.

Uzin Utz AG (in EUR)	2020	2019	2018
Spenden und Sponsoring	436.975	365.862	401.800

Gerade mit allen pandemiebedingten Widrigkeiten des Jahres 2020 wollen wir unsere gesellschaftliche Verantwortung nicht weniger wahrnehmen. Im Folgenden möchten wir einige Projekte des Berichtsjahres vorstellen:



Eine neue Chance für Inhaftierte: Schulungsräumlichkeiten unterstützt von Uzin Utz United Kingdom

Uzin Utz United Kingdom: Reintegration durch Sponsoring von Bodenverlegungs-Schulungen

Uzin Utz United Kingdom sponsert seit Jahren ein Schulungs- und Trainingsprogramm zur Bodenverlegung für Insassen der Onley Haftanstalt in Warwickshire, UK. Das Programm soll die Rehabilitation der Insassen unterstützen und es ihnen ermöglichen nach der Inhaftierung leichter eine Beschäftigung zu finden. Im Laufe der Schulungen erlernen die Häftlinge die Vorbereitung des Unterbodens sowie die Installation verschiedener Bodenbeläge. Aufgrund der Einschränkungen durch die Coronapandemie musste das Programm vorübergehend ausgesetzt werden. „Trotz dieser noch nie dagewesenen Umstände wollte Uzin die Bodenwerkstatt als erste ihrer Art weiterhin unterstützen. Die Insassen sind bestrebt während ihrer Haftzeit neue Fähigkeiten zu erlernen, die ihnen helfen, nach ihrer Entlassung eine Beschäftigung zu finden und sich dadurch leichter in die Gesellschaft wieder einzugliedern.“ sagt Daniel Leeson, Marketing Manager von Uzin, United Kingdom.



Eindrücke aus der virtuellen Spendenübergabe: Julian Utz nahm stellvertretend für die Uzin Utz Group das Dankeschön der Grünfinder entgegen – ein selbstgebasteltes Insektenhaus. Dieses wurde im Vorfeld übersandt. Auch die Scheckübergabe erfolgt per Videokonferenz.



Dank der Spende konnten Kinder aus der Region Ulm an den geplanten Grünfinder-Projekten teilnehmen.

Grünfinder

Seit mittlerweile vier Jahren stehen wir mit den „Grünfindern“ in engem Kontakt und unterstützen sie finanziell. „Grünfinder“ ist ein Projekt für benachteiligte Kinder in Ulm, Alb-Donau-Kreis und Kreis Neu-Ulm. Mit dem 2016 initiierten Projekt „Grünfinder“ der Kinderstiftung Ulm/Donau-Iller sollen Grundschüler durch naturpädagogische Aktivitäten ein Grundverständnis für die Natur und ihre Umwelt entwickeln sowie eine sinnvolle Freizeitgestaltung erlernen. Außerdem soll ihre persönliche Entwicklung gefördert werden. Die Kinder lernen das eigene Lebensumfeld aus neuen Perspektiven kennen und werden bei allen Ausflügen von erfahrenen Erlebnis- und Naturpädagogen begleitet. Vorrangig geht es darum, möglichst vielen benachteiligten Kindern die gleichen Chancen auf einen guten Start in ihr Leben zu bieten, unabhängig von Herkunft, Kultur, Sprache oder Religion.

Im vergangenen Jahr konnten die Grünfinder-Aktivitäten wegen der COVID-19-Einschränkungen zwar nicht in ihrem geplanten Rahmen stattfinden, als Ersatz wurde jedoch ein umfassendes und kurzweiliges Onlineangebot eingerichtet: Es gab Ideen und Anregungen, um Aktivitäten für Naturerlebnisse selbst zu Hause umzusetzen. Außerdem wurden während der Schulschließung verschiedene Spiele und Aktivitäten an die Kinder verschickt. Diese sollten helfen, die Zeit ohne die Grünfinderstunden zu überbrücken und das Interesse an der Natur aufrechtzuerhalten. Nur in wenigen Monaten war es möglich, Grünfinder-Spaziergänge zusammen und in kleinen Gruppen durchzuführen.

Die Grünfinder unterstützen wir im Rahmen der Unterzeichnung der WIN-Charta (siehe Seite 8), jährlich mit 5.000 Euro. „Durch die Unterstützung der Kinderstiftung unterstreichen wir unsere soziale Verantwortung, die gerade in den jetzigen Zeiten wichtiger ist denn je“, betont Julian Utz.

Juzinior-Spende

Unser Auszubildenden spenden jährlich im Rahmen von Juzinior (siehe Seite 43). Im Januar 2021 übergaben sie zehn Laptops an den Arbeitskreis Ausländische Kinder (AAK). Der Arbeitskreis Ausländische Kinder ist Träger des interkulturellen Kinderhauses in Ulm, Deutschland. Hier werden Kinder und Jugendliche im Alter von sechs bis 18 Jahren bei den Hausaufgaben unterstützt und individuell gefördert. Außerdem werden zahlreiche Freizeitmöglichkeiten angeboten. Derzeit kümmern sich drei hauptamtliche Mitarbeiter und zahlreiche Ehrenamtliche an fünf Nachmittagen pro Woche um die Betreuung und Unterstützung der Kinder. Durch die pandemiebedingten Schulschließungen in Deutschland ist die fehlende technische Ausstattung in vielen Familien eine Herausforderung. Die gebrauchten Geräte, die zuvor neu eingerichtet wurden, sind vor Ort und teilweise direkt in den Familien im Einsatz, um den Kindern und Jugendlichen die Teilnahme am digitalen Unterricht zu ermöglichen.

Sponsoring

Viele Vereine leisten durch ihr ehrenamtliches Engagement Enormes. Außerdem begeistern Sportvereine und Mannschaften ihre Zuschauer durch Teamleistungen und sportliche Erfolge. Leider reichen die regulären Vereinseinnahmen wie beispielsweise durch Mitgliedsbeiträge nicht für alle Investitionen, die sie für ihre Mitglieder machen möchten. Sie benötigen Unterstützung in Form von Partnern, die ihre Aktivitäten durch Sponsoring mittragen. So unterstützen auch wir Organisationen und können gleichzeitig die Möglichkeit nutzen selbst regional als Unternehmen und Arbeitgeber bekannter zu werden. Darüber hinaus können wir durch unsere Sponsoringaktivitäten auch unseren Mitarbeitern bestimmte Aktivitäten ermöglichen. Auch im Sponsoring fokussieren wir unser Wirken auf die Stadt und die Region Ulm. Daher unterstützen wir seit vielen Jahren den Ulmer Basketballverein BBU'01 sowie den Fußballverein SSV Ulm und viele weitere kleine Vereine und Organisationen.



Ratiopharm Ulm und Orange Campus

„Erfolg braucht guten Boden“ hieß die Kampagne, mit der 2014 die Partnerschaft von Uzin Utz und dem erfolgreichen Basketballbundesligisten ratiopharm Ulm beziehungsweise dem Basketballverein BBU'01 begann. Seither brachte sie dem

Kooperationspartner des Bundesligisten ratiopharm ulm viele Körbe, Begeisterung und großen Sportsgeist. Sogenannte „Wischi Kids“ sorgen in der Ratiopharm Arena dafür, dass das Parkett frei von Verletzungsrisiken durch Schweißspuren bleibt. Auch von Baubeginn an ist Uzin Utz als Ankerpartner des Nachwuchsleistungszentrums „Orange Campus“ engagiert:

Im September 2020 eröffnete der Orange Campus nach 20-monatiger Bauzeit als eines der größten Nachwuchs- und Leistungszentren im Basketball in ganz Europa. Er bietet auf rund 12.500 m² Nutzfläche 300 Arbeitsplätze und ist Eigentum des Ulmer Basketballvereins BBU'01. Auf dem 18.000 m² großen Grundstück an der Donau gibt es neben drei Trainingshallen auch Büros, Tagungs- und Konferenzräume, Innen- und Außengastronomie, ein Fitnesszentrum und einen frei zugänglichen Outdoor-Sportpark für alle Bürger. Auf fast allen Bodenflächen kamen Produkte von Uzin Utz zum Einsatz – verlegt von regionalen Bodenfachbetrieben.

Die Uzin Utz Group ist mit ihren Produkten aller Marken jedoch nicht nur am Boden des neuen Leistungs- und Trainingszentrums vertreten, sondern auch in der Namensgebung des Uzin Utz Courts und des Dr. Utz Besprechungsraums. Die Räumlichkeiten können zukünftig auch für firmeninterne Veranstaltungen in besonderer Atmosphäre genutzt werden. „Die Bereitschaft, immer das Beste zu geben, gilt sowohl für Sportler als auch für unsere Mitarbeiter“, meint Julian Utz, Vorstand von Uzin Utz und Beirat bei BBU'01.



Ein Campus für alle Sport- und Basketballbegeisterten: Der Orange Campus ist ein Vorzeigeprojekt für Jugendarbeit im Basketballsport. Die Uzin Utz Group ist Partner der ersten Stunde und seit Baubeginn Ankerpartner des Campus.



Auf fast allen Bodenflächen kamen Produkte von Uzin Utz zum Einsatz – verlegt von regionalen Bodenfachbetrieben. Vom Foyer führt ein markanter anthrazitfarbener Designboden von Arturo über alle Verkehrsflächen bis zum Restaurant und Shop.

Weitere Initiativen rund um unser regionales Stückchen „PLANET“



Uzin Utz Netherlands:

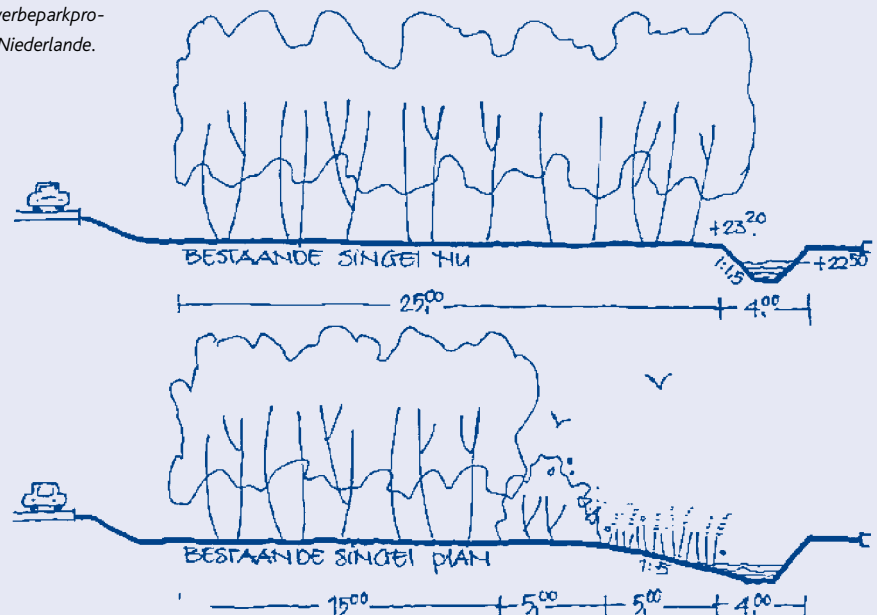
Gewerbeparkprojekt „Stepelerveld“

Im Rahmen der geplanten Gebäudeerweiterung von Uzin Utz Netherlands in den kommenden Jahren wurde ein Gemeindegrundstück erworben. Der Neubau soll wie das bestehende Gebäude höchste Nachhaltigkeitsanforderungen erfüllen und in diesem Rahmen mit dem BREEAM-Zertifizierungssystem für nachhaltige Gebäude bewertet werden. Um sehr gut in der Bewertung abzuschneiden, müssen zusätzlich zum Gebäude auch bestimmte Kriterien für ein biodiversitätsförderndes Flächengebiet auf oder abseits des Grundstücks erfüllt sein. Dazu wurde von Uzin Utz Netherlands im Rahmen eines kooperativen Gemeindeprojekts ein konkreter Umsetzungsplan für den Gewerbepark „Stepelerveld“ ausgearbeitet. Dieser umfasst neben Grünelementen zur Förderung der ökologischen Vielfalt auch ein sauberes Wassersystem, intelligente nachhaltige Beleuchtung, Sportparcours, Gemüsegärten sowie Informationstafeln. Die ersten Schritte des Industrieprojekts sind getan und geben Aussicht auf ein schönes Ergebnis für Mensch und Natur.



Infotafel zur heimischen Pflanzenwelt.

Umsetzungspläne für das Gewerbeparkprojekt am Standort Haaksbergen, Niederlande.



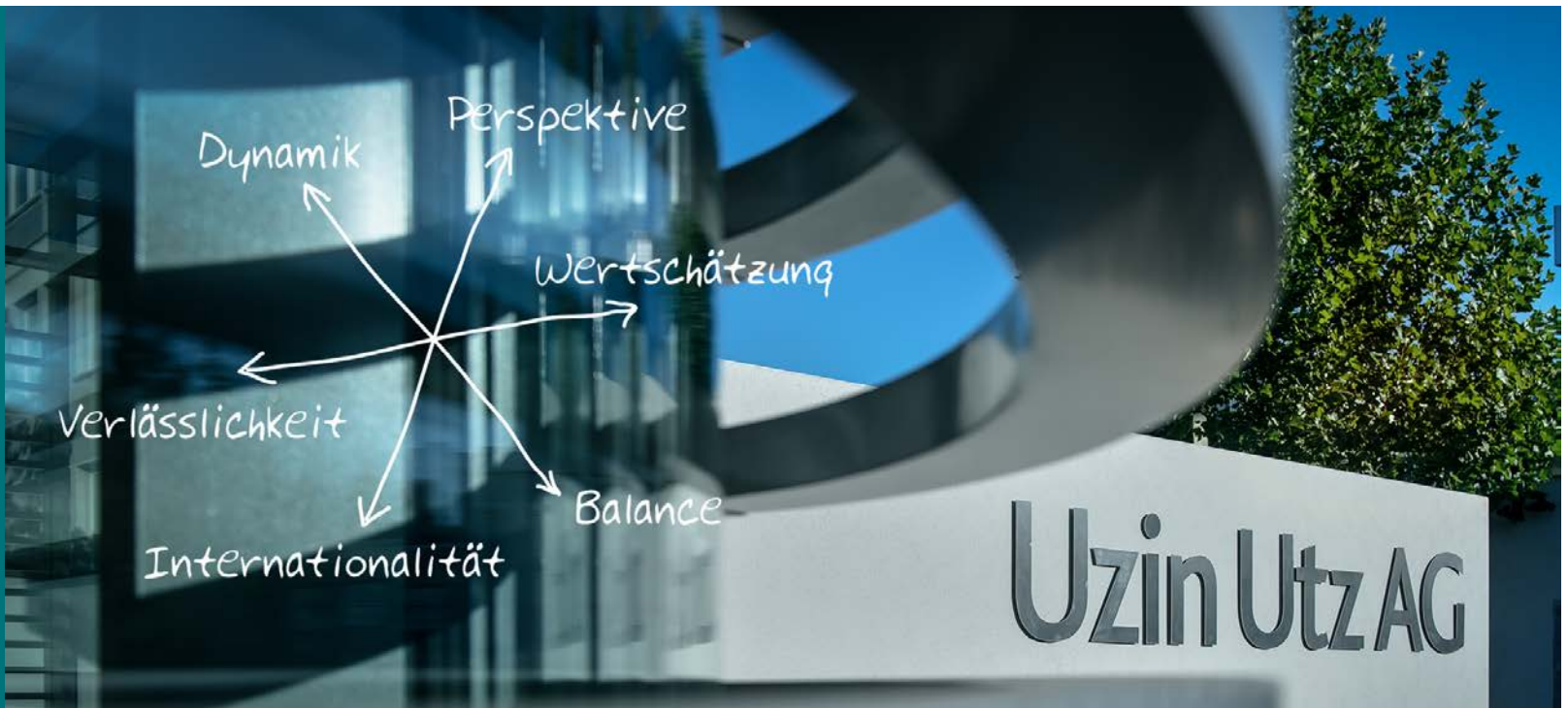
„Donautal Connect“

Der Ulmer Hauptsitz befindet sich im Industriegebiet „Donautal“. Um dieses sinnvoll weiterzuentwickeln wurden Daten erhoben in Form einer Umfrage der Initiative „Donautal Connect“, welche ein Zusammenschluss von Entscheidern aus Unternehmen des Industriegebiets ist. Mit der Unterstützung des Instituts für Nachhaltige Unternehmensführung der Universität Ulm wurden jeweils eigene Fragebögen für Arbeitnehmer und Arbeitgeber entwickelt und von uns als Online-Umfrage umgesetzt. Im Fokus der Fragen stehen Themen wie Arbeitswege, Verkehrsmittelnutzung, Arbeitszeiten, Nahversorgung oder Infrastruktur. Die Fragen an die Arbeitgeber konzentrieren sich dagegen neben allgemeinen Fragen zum Unternehmen auch auf Bereiche wie Parken, Angebote an die Mitarbeiter oder auch Klimaschutzmaßnahmen.



Wolff: Inklusion bedeutet individuelle Chancen

Bereits seit 2004 arbeitet Wolff erfolgreich mit der gdw süd zusammen. Die gdw süd ist eine Genossenschaft anerkannter Einrichtungen der Behindertenarbeit (Werkstätten für behinderte Menschen und Inklusionsunternehmen). Da die Fertigungskapazitäten nahezu ausgeschöpft sind, haben wir im Laufe der Jahre immer mehr Produkte dorthin ausgelagert. Jährlich können wir so circa 9 Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderungen sichern und erhalten. Als Unternehmen mit stetig wachsendem Einkaufsvolumen wollen wir auch weiterhin in diese wichtigen sozialen Werte investieren.



Unsere Werte

Unsere Werte bilden die Grundlage des Handelns in der Uzin Utz Group. Sie sind entscheidend für die Erreichung unserer Ziele und bestimmen, wie wir zusammenarbeiten. Wir verstehen uns als Familienunternehmen. Unsere Werte sind Verlässlichkeit, Wertschätzung, Balance, Perspektive, Internationalität und Dynamik.

Uzin Utz steht für eine familiäre Unternehmenskultur. Unser Employer-Branding-Konzept definiert sechs grundlegende Arbeitgeberwerte: Balance, Dynamik, Internationalität, Perspektive, Verlässlichkeit und Wertschätzung. Diese Werte bilden das Fundament für attraktive Arbeitsplätze und zufriedene Mitarbeiter.

Ganz bewusst möchten wir als verantwortungsvoller und verlässlicher Arbeitgeber sichere und zugleich attraktive Arbeitsplätze bieten. Wir legen viel Wert auf eine wertschätzende Unternehmenskultur, auf Integrität und Vertrauen.

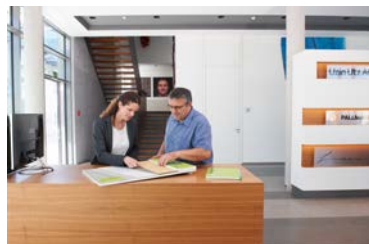
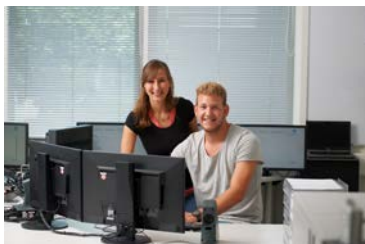
Wir handeln langfristig und nachhaltig. Damit schaffen wir optimale Perspektiven für unsere Mitarbeiter

aber auch für Partner und Kunden. Perspektiven sind wesentlich für die Karriereplanung, für Motivation und Leistungsbereitschaft. So schaffen wir beispielsweise durch Qualifikations- und Weiterbildungsmöglichkeiten die Rahmenbedingungen für fachliche und persönliche Weiterentwicklung der Mitarbeiter.

Balance bedeutet für uns, dass unsere Mitarbeiter mit beiden Beinen im Leben stehen, sowohl bei der Arbeit als auch im Privatleben. Mit einem ausgeglichenen Arbeitsklima, Gesundheitsförderung und flexiblen Arbeitszeitmodellen geben wir eine Stütze, um die Balance zu halten.

Wir setzen wegweisende Trends und gestalten zukünftige Entwicklungen aktiv mit. In einem sich dynamisch verändernden Arbeitsumfeld setzen wir auf die gruppenweite Vernetzung unserer Mitarbeiter – unter anderem durch unser Intranet.

Internationalität bedeutet für uns von den Erfahrungen unserer Mitarbeiter, Partner und Kunden aus aller Welt zu profitieren. Gemeinsames Ziel ist es, die Bedürfnisse unserer Kunden weltweit zu kennen und sie erfolgreich zu machen.



Mitarbeiter

Das kontinuierliche Wachstum der gesamten Uzin Utz Group spiegelt sich auch in den Mitarbeiterzahlen wider. Faire Vergütung und sichere Arbeitsplätze geben unseren Mitarbeiter den Rahmen für einen verlässlichen Arbeitsplatz. So stellen wir möglichst viele Mitarbeiter mit unbefristeten Arbeitsverträgen ein. 2020 standen weniger als 6 % aller Beschäftigten in einem befristeten Arbeitsverhältnis. Durch eine weitblickende Planung unseres Personalbedarfs, müssen auch in konjunkturschwachen Phasen keine betriebsbedingten Kündigungen ausgesprochen werden. Weiterbildungsmöglichkeiten und eine wertschätzende Unternehmenskultur bilden die weitere Basis für engagierte und motivierte Mitarbeiter. Um Nachwuchskräfte zu fördern, investieren wir in die Ausbildung junger Talente. Im Berichtsjahr haben wir weltweit 49 (49) jungen Menschen eine Ausbildung ermöglicht. Damit konnten wir unser Ausbildungsangebot erneut auf hohem Niveau halten. Ein wichtiges Standbein unseres Personalmanagements ist die unternehmensinterne Ausbildung, um Fachkräftemangel vorzubeugen und unser Unternehmen jung zu halten. Das Alter unserer Konzernmitarbeiter liegt durchschnittlich bei circa 43 Jahren.

Durch die Möglichkeit der Arbeit in Teilzeit und mit Telearbeit erhalten Mitarbeiter Flexibilität in individuellen Lebenssituationen. So befinden sich konzernweit circa 12 % der Beschäftigten in Teilzeitarbeit. Durchschnittlich arbeiten unsere Mitarbeiter seit knapp 10 Jahren bei der Uzin Utz Group.

Entlohnung

Bei der Uzin Utz AG richtet sich die Entlohnung der Mitarbeiter nach dem Tarifvertrag der chemischen Industrie. Zusätzlich bestehen verschiedene variable Gehaltsbestandteile, die über die Tarifzahlungen hinausgehen. Des Weiteren gibt es auch außertarifliche Entlohnung. Aufgrund des sehr guten Ergebnisses und der hohen Leistungsbereitschaft unserer Mitarbeiter konnten wir trotz der pandemiebedingten Erschwernisse vielen Mitarbeitern im Jahr 2020 eine Prämie ausbezahlen.

Mitarbeiter, Uzin Utz AG	2020	2019	2018
Anzahl Mitarbeiter (zum 31.12.)	469	415	392
Anteil Frauen im Unternehmen (zum 31.12.)	32,8 %	35,7 %	32,9 %
Unbefristete Arbeits- verträge (zum 31.12.)	96,8 %	96,1 %	96,7 %
Arbeitsverträge Teil- zeit (zum 31.12.)	14,5 %	17,3 %	12,8 %
Quote Neueinstellungen	5 %	11 %	11 %
Personalaufwand (Mio. EUR)	34,9	33,0	30,9
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit (Jahre)	10,3	10,0	10,1
Durchschnittsalter der Beschäftigten (zum 31.12.)	40	41	41



Arbeits- und Gesundheitsschutz

Eine Reihe von Schutzmaßnahmen und Sicherheitsvorkehrungen dienen dazu, die Gesundheit unserer Mitarbeiter am Arbeitsplatz zu gewährleisten. Dies reicht von der Beurteilung der Arbeitsplätze bis hin zu der Erstellung von Betriebsanweisungen für Gefahrstoffe wie auch für Maschinen und Anlagen.

Durch COVID-19 wurden in 2020 besondere Schutzmaßnahmen für unsere Mitarbeiter notwendig. Insbesondere am Anfang der Pandemie im März 2020 waren schnelles Handeln und gute Organisation gefragt und ein Notfallstab wurde umgehend eingerichtet. Es wurden in allen Bereichen Lösungen entwickelt, um die Kontakte so gering wie möglich zu halten und damit unsere Mitarbeiter bestmöglich zu schützen sowie den Geschäftsbetrieb reibungslos zu erhalten. Zu den Lösungen gehörte neben Homeoffice auch die Aufstellung von Trennwänden, Beschränkungen von persönlichen Besprechungen und die Einführung von Videokommunikationsmöglichkeiten. Die Kommunikation der Maßnahmen erfolgte über das Intranet sowie durch Aushänge. Des Weiteren fand ein digitaler Austausch statt, um Mitarbeitern mit zu betreuenden Kindern Unterstützung zu bieten. Über die Führungskräfte wurden zudem Tipps und Ideen rund um das Thema Videokonferenzen und zum Arbeiten im Home Office gegeben.

Die Organisation der Ersten Hilfe im Betrieb gehört zu den unternehmerischen Grundpflichten. Zwar ist die Mindestanzahl der Ersthelfer im Unternehmen gesetzlich vorgegeben, jedoch ist es uns wichtig, dass wir zur Sicherheit mehr Ersthelfer ausbilden.

Arbeits- und Gesundheitsschutz Uzin Utz AG	2020	2019	2018
Durchschnittliche Anzahl Ausfalltage pro Mitarbeiter/Jahr	3,4	3,5	3,2
Anzahl Betriebs- und Wegeunfälle	13	7	8
Anzahl Ersthelfer	37	39	40

Regelmäßige und lückenlose Schulungen zum Arbeitsumfeld sind wichtige Voraussetzung für den Arbeits- und Gesundheitsschutz. Neben grundlegenden Unterweisungen im Bereich der Arbeitssicherheit, des Brandschutzes

sowie zur Abfallentsorgung werden weitere individuelle beziehungsweise bereichsspezifische Themen geschult.

E-Learning

Um die lückenlose und rechtssichere Schulung unserer Mitarbeiter hinsichtlich Arbeitssicherheit und Arbeitsschutz zu gewährleisten, wird ein digitales Unterweisungstool genutzt. Die Vorteile des E-Learning sind, dass jeder Mitarbeiter seine Schulungen zeitlich flexibel durchführen kann und diese durch Verständnisfragen abgeschlossen werden. Die Vorgesetzten und Verantwortlichen können zudem jederzeit überprüfen, wer welche Schulungen durchgeführt hat und wo gegebenenfalls Lücken bestehen. Des Weiteren werden auch die von den Vorgesetzten und beauftragten Personen mündlich durchgeführten Schulungen in das Tool eingepflegt, damit auch die Lücken bei den Dialogschulungen auf einen Blick erkannt werden können.

Ausbildung



Unsere Auszubildenden 2020 mit dem Ausbildungsteam am Standort Ulm.

Indem wir Fähigkeiten und Stärken von jungen Talenten fördern, investieren wir in die Zukunft unseres Unternehmens. Wir setzen auf die betriebliche Ausbildung bzw. das duale Studium, um unseren Bedarf an qualifizierten Nachwuchskräften zu decken. Jeder vierte Mitarbeiter hat bei Uzin Utz eine Ausbildung absolviert. Durch die Förderung von Auslandsaufenthalten durch ERASMUS+ geben wir unseren Auszubildenden die Möglichkeit internationale Erfahrungen zu machen.



Auch in Form von Hochschulstipendien fördern wir die nächste Generation von Fach- und Führungskräften. Seit 2019 ist Uzin Utz regionaler Unterstützer des Deutschlandstipendiums an der Universität Ulm und an der Hochschule Neu-Ulm. Ziel ist es, dass wir uns als zukunftsweisender Arbeitgeber präsentieren und Studierenden mögliche Perspektiven aufzeigen.

In sogenannten „Bildungspartnerschaften“ geben wir Schülern die Möglichkeit, durch konkrete Aufgabenstellungen die eigenen Fähigkeiten zu testen und erste Einblicke in das Unternehmen zu gewinnen. Aktuell pflegen wir eine Schulpartnerschaft mit der Albert-Einstein-Realschule in Ulm.

Den Kontakt zu interessierten und geeigneten Bewerbern stellen wir außerdem durch die Präsenz auf Ausbildungsmessen und durch Kooperationen mit Schulen aus der Umgebung her.

Ausbildung Uzin Utz AG	2020	2019	2018
Anzahl Auszubildende	24	26	28
Auszubildendenquote (zum 31.12.)	5,1 %	6,3 %	7,1 %
Anteil der Übernahmen bei abgeschlossener Ausbildung	86 %	100 %	100 %

Juzinior

Juzinior ist das kleine Unternehmen im Unternehmen für unsere Auszubildenden. Neben einer hochwertigen und umfassenden Ausbildung verantworten sie ihr eigenes Unternehmen und lernen dadurch die Bedeutung von Unternehmensstrategie und einer funktionierenden Wertschöpfungskette von einer ganz anderen Seite kennen. Die „Learning by Doing“-Methode fördert nicht nur die fachliche Qualifikation und Kompetenz des Nachwuchses, sondern auch die Kreativität und den Teamgeist. So erarbeiten unsere Auszubildenden Geschäftsideen wie Aktionen und Angebote für die Mitarbeiter.

Damit erwirtschaftet Juzinior Gewinne, die zur Hälfte für wohltätige Zwecke gespendet werden. Die andere Hälfte investieren die Auszubildenden in den Teamgeist, zum Beispiel in Form eines gemeinsamen Freizeitevents. Zudem organisiert Juzinior eigenständig den Messeauftritt auf der Bildungsmesse der IHK Ulm. Die Auszubildenden wirken außerdem bei verschiedenen Veranstaltungen mit und repräsentieren das Unternehmen bei Betriebsführungen nach außen.

In diesem Jahr hat Juzinior unter anderem die Aktion „Weihnachten im Schuhkarton“ organisiert. So wurden Schuhkartons mit Spielsachen durch Spenden der Mitarbeiter befüllt, verpackt und an sozial benachteiligte Kinder über die Caritas Ulm / Alb-Donau gespendet.

Bildungsmesse der IHK Ulm im Februar 2020: Der brandneue Messestand weckt das Interesse potenzieller Auszubildender. Auch unser Vorstand Julian Utz stattete dem Ausbildungsteam am Messestand einen Besuch ab.



Personalentwicklung und Gesundheitsmanagement

Fachliche Qualifikation und soziale Kompetenz schaffen die besten Voraussetzungen, damit unsere Mitarbeiter eigenverantwortlich, verantwortungsbewusst und zielstrebig die Unternehmensziele verfolgen können. Eigenverantwortung und Entscheidungsfreiräume sind zentrale Bestandteile unseres Erfolgskurses. Des Weiteren hat die Gesunderhaltung unserer Mitarbeiter einen besonderen Stellenwert, dem wir mit zahlreichen Angeboten Rechnung tragen.

Horizonte

„Horizonte“ ist der Name unserer Akademie zur internen Weiterbildung bei Uzin Utz. Im Mittelpunkt unserer Akademie steht ein umfangreiches Programm an Workshops und Seminaren zur persönlichen Kompetenzsteigerung. Aufgrund der COVID-19-Beschränkungen konnten im Rahmen von Horizonte ab April 2020 keine Präsenzveranstaltungen mehr angeboten werden. Wir haben jedoch umgehend reagiert und auf ein digitales Angebot umgestellt. Daraus ergab sich sogar der Vorteil, dass nicht nur Mitarbeiter weiterer deutscher Tochtergesellschaften bzw. Standorte, sondern auch Mitarbeiter aus den Niederlanden, der Schweiz und Österreich virtuell teilnehmen konnten. So konnten in 2020 rund 50 Vorträge, Sportangebote und Seminare in digitaler Form angeboten werden, an denen 886 Mitarbeiter teilgenommen haben – im Hinblick auf die Pandemie ein hervorragendes Ergebnis.

Die Schwerpunkte von Horizonte liegen in der persönlichen Kompetenzsteigerung durch Coaching, Führungskräfteentwicklung und vielfältigen Seminaren zu Team Building, interkultureller Kompetenz und Kommunikation sowie zum Umgang mit herausfordernden Situationen. Um der wachsenden Internationalität des Unternehmens gerecht zu werden, bieten wir zudem inhouse-Englischkurse in unterschiedlichen Niveaus und bei Bedarf auch Einzeltrainings in unterschiedlichen Sprachen an.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf dem Präventionsangebot im Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM), welches zum Beispiel in diesem Jahr digitale „Gesunde Wochen“, die jährliche Gripeschutzimpfung und digitale Sportangebote umfasst. Durch ein kreatives Anmeldesystem konnten wir sogar unser Fitnesszentrum zur Einzelnutzung wieder öffnen. Auch unser Sportprogramm mit verschiedenen Kursangeboten wurde kurzerhand digital umgesetzt und sehr gut angenommen.

Das beliebte Sommerferienprogramm, an dem jährlich rund 40 Mitarbeiterkinder teilnehmen, wird normalerweise im Rahmen von Horizonte angeboten, konnte in 2020 jedoch pandemiebedingt nicht stattfinden.

Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM)

Unser betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) bildet die Grundlage für die Förderung der Gesundheit unserer Mitarbeiter. Das Ziel des BGM ist es, mit unterschiedlichen Maßnahmen und Angeboten die Mitarbeiter für Gesundheitsthemen zu sensibilisieren und sie in unterschiedlichen persönlichen Situationen zu unterstützen.

Seit 2017 gibt es am Standort in Ulm Räumlichkeiten für Sport, so dass unsere Mitarbeiter in der Mittagspause oder nach der Arbeit die Möglichkeit haben, sich an einer Vielzahl von Fitnessgeräten oder in Sportkursen mit unterschiedlichen Belastungsniveaus zu betätigen und so etwas für ihre Gesundheit zu tun. In 2020 wurden pandemiebedingt zahlreiche Sportkurse digital angeboten und konnten so sogar auf weitere Gesellschaften ausgedehnt werden (siehe Horizonte). Mit diesen Maßnahmen konnten wir interessierten Mitarbeitern die Möglichkeit geben, sich in dieser außergewöhnlichen Situation unter professioneller Leitung fit zu halten. Voraussetzung war ein internetfähiges Endgerät mit Kamera, so dass sich die Mitarbeiter weiterhin beim Sport sehen und auch der Trainer eventuelle Fehlhaltungen korrigieren konnte. Auf dieser Grundlage haben wir im Laufe des Jahres 2020 fünf verschiedene Online-Kurse sowie eine Schnupperwoche zur Erweiterung des Sportprogramms angeboten. Erfreulich war zudem, dass wir durch die digitale Umsetzung alle deutschsprachigen Tochtergesellschaften in Deutschland, Österreich, der Schweiz und den Niederlanden in das Sportprogramm integrieren konnten. Im Jahr 2020 haben 80 Mitarbeiter an den unterschiedlichen Kursen teilgenommen.

U MOVE



U MOVE

Gemeinsam Sport zu treiben verbindet und hält fit. Unter diesem Motto steht die 2019 ins Leben gerufene internationale Initiative „U MOVE“. Die Intention von U MOVE ist es, weltweit alle Mitarbeiter der Uzin Utz Group zu sportlichen Aktivitäten zu motivieren. Die Motivation aus dem erfolgreichen Abschluss in 2019 haben die Teilnehmer in das Jahr 2020 mitgenommen und es wurde ein neues Ziel unter dem Motto „U MOVE for passion“ gesetzt: Gemeinsam bis Ende März 2021 sollen 55.000 „MOVE-Stunden“ erreicht werden. Mit Hilfe unserer firmeneigenen Sport-App erfassen die Teilnehmer ihre Minuten sportlicher Aktivität und tragen damit zum Gesamtziel bei.

Wir wollen nicht nur Gutes für unsere Gesundheit tun, sondern auch für Umwelt und Gesellschaft. Aus den „MOVE-Stunden“, die unsere Mitarbeiter sammeln, ergibt sich der Spendenbetrag, der ausgewählten gemeinnützigen Projekten zu Gute kommt. Vorschläge für diese können von allen Teilnehmern eingereicht werden, eine Jury entscheidet schließlich über die Vergabe der Spende. In zusätzlichen Kampagnen, wie beispielsweise in der Summer Challenge, wurde der Spendentopf zusätzlich gefüllt. Jede Woche wurde eine Sport-Challenge veröffentlicht. Für jeden Teilnehmer, gab es weitere Euros für den Spendentopf.

U MOVE verbindet gerade in herausfordernden Zeiten: Wir motivieren uns gegenseitig mit tollen Beiträgen im Intranet über unsere Aktivitäten und unterstützen gleichzeitig wohltätige Projekte. U MOVE stärkt durch die gemeinsame Leidenschaft zum Sport unseren Zusammenhalt und fördert die internationale Verbindung innerhalb der Group.



Bike-to-work Schweiz:

Sifloor AG, Uzin Utz Schweiz und DS Derendinger AG

Im Rahmen der schweizer Aktion „Bike-to-work“ können Unternehmen etwas zur Gesundheitsförderung ihrer Mitarbeiter tun. Pendler sollen alleine oder in Teams so oft wie möglich das Fahrrad auf dem Weg zur Arbeit nutzen. Wer mindestens die Hälfte der Arbeitstage per „Velo“ kam, durfte an einer Verlosung und Preisverleihung teilnehmen. Von Satteltaschen und Uhren bis hin zu e-Bikes waren bei dieser Aktion die unterschiedlichsten Preise dabei. Unsere schweizer Kollegen haben mit drei Teams aus allen drei Standorten teilgenommen. Frische Luft und Bewegung standen bei den Mitarbeitern im Vordergrund.

U COOK – Schnell. Einfach. Gesund.

Um neue Energie zu tanken, brauchen unsere Mitarbeiter einen Ausgleich zur Arbeit – zum einen durch Bewegung aber zum anderen durch gutes und gesundes Essen. Aus diesem Grund haben wir U COOK initiiert. U COOK ist eine Plattform, die zum internationalen Austausch von Kochrezepten dient, die schnell, einfach und gesund sind – und somit perfekt für die Mittagspause, gerade in Zeiten von Home Office. In wenigen Schritten können Mitarbeiter ihr Rezept auf der Plattform im Intranet veröffentlichen oder sich Kochideen holen. Ob süß oder salzig, mit Fleisch oder ohne, heiß oder kalt serviert, U COOK soll eine bunte Sammlung an kulinarischen Köstlichkeiten bieten. Unser gemeinsames digitales Kochbuch soll uns gesund halten und für die Arbeit stärken.



Work-Life-Balance – Beruf und Familie vereinbaren

Balance der Mitarbeiter zwischen Freizeit und Arbeit. Beispielsweise durch flexibles und mobiles Arbeiten.

Eine gute Balance zwischen Freizeit und Arbeit ist für die psychische Gesundheit ausschlaggebend. Wir nehmen die zentrale Herausforderung eines modernen Arbeitgebers an und schaffen Voraussetzungen und Angebote, mit denen unsere Mitarbeiter ihre persönliche Lebensplanung mit dem Beruf vereinbaren können. Vielfältige Arbeitszeitmodelle geben Frauen und Männern die Möglichkeit, angepasst an verschiedene Lebensphasen zu arbeiten. Wenn möglich, bieten wir dementsprechend Teilzeitarbeitsplätze sowie flexible Arbeitszeiten, zum Beispiel durch mobiles Arbeiten, an.

Mit unserem Lebensarbeitszeitkonto haben unsere Mitarbeiter die Möglichkeit eine Auszeit zu nehmen, zum Beispiel für Pflege, Elternzeit, Frühverrentung, Weiterbildung oder auch Sabbatical. Das Modell baut darauf auf, dass die Mitarbeiter die Möglichkeit haben, bis zu ihrem Ruhestand Geld, Urlaubstage oder Zeitguthaben anzusparen. Uzin Utz unterstützt mit zusätzlichen Zahlungen den Aufbau des Guthabens. In 2020 nahmen 92 % der Mitarbeiter an diesem Programm teil.

Beruf und Pflege

Immer mehr Beschäftigte übernehmen neben ihrem Beruf Aufgaben im pflegerischen oder versorgungsnahen Bereich für ihre Angehörigen. Gerade in dieser belastenden Situation möchten wir unsere Mitarbeiter stärken und Unterstützung vermitteln. Unser Angebot ist eine Verknüpfung von unternehmensinterner und -externer Dienstleistung in Kooperation mit der Keppler-Stiftung Ulm.

Betroffene Mitarbeiter können sich zunächst an einen internen „Pflegelotsen“ wenden. Dieser ist Ansprechpartner zum Thema Pflege, vermittelt Betroffenen unsere Richtlinien in Bezug auf Beruf und Pflege und stellt den Kontakt zum externen Kooperationspartner her. Dieser bietet den pflegenden Angehörigen umfassende Beratung, zum Beispiel welche Optionen es in bestimmten Gesundheitszuständen der Angehörigen gibt. Den gesamten Prozess bis hin zur möglichen Unterbringung in stationärer Pflege begleiten die Ansprechpartner der Keppler-Stiftung. Um Mitarbeiter frühzeitig für das Thema zu sensibilisieren, runden fortlaufende Informationsveranstaltungen zum Thema Beruf und Pflege das Angebot der Keppler-Stiftung ab.

Work-Life-Balance Uzin Utz AG	2020	2019	2018
Arbeitsverträge in Teilzeit (zum 31.12.)	14,5 %	17,3 %	12,8 %
Inanspruchnahme Elternzeit	19 Mütter 9 Väter	8 Mütter 13 Väter	11 Mütter 8 Väter
Rückkehrquote nach Elternzeit (Mütter)	21 %	100 %	91 %
Anteil Frauen im Unternehmen (zum 31.12)	32,8 %	35,7 %	32,9 %
Schwerbehindertenquote (zum 31.12)	1,64 %	1,96 %	2,56 %

Mitarbeiterzufriedenheit und -verantwortung

Ein wertschätzendes Umfeld und bestmögliche Rahmenbedingungen schaffen ein Arbeitsumfeld, in dem sich die Mitarbeiter weiterentwickeln können. Regelmäßiges und transparentes Feedback zu Leistung und Potenzial dient als Ausgangspunkt für ihre Entwicklung. Jährlich stattfindende Mitarbeitergespräche mit dem Vorgesetzten geben eine wichtige Orientierung zur persönlichen und fachlichen Entwicklung unserer Mitarbeiter. So können Aufgaben sowie individuelle Fortbildungsmaßnahmen festgelegt werden, die gleichermaßen auf Anforderungen des Unternehmens und Potenziale der Mitarbeiter eingehen.

Mitarbeiterzufriedenheit Uzin Utz AG	2020	2019	2018
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit (Jahre)	10,3	10,0	10,1
Fluktuationsrate (Kündigung durch Mitarbeiter oder Arbeitgeber)	2,8 %	4,8 %	7,1 %

Mitarbeiterumfrage

Wir haben einen hohen Anspruch an unsere Unternehmenskultur und an die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter. Mit jährlichen Mitarbeiterumfragen möchten wir das Stimmungsbild unseres Unternehmens widerspiegeln und Potenziale zu Verbesserungen identifizieren. Zu Beginn des Jahres 2020 wurde erstmals eine konzernweite Mitarbeiterbefragung durchgeführt. Die Ergebnisse zeigten ein äußerst positives Bild von der Stimmung in unserem Unternehmen. Mit einer Rücklaufquote von 58 % lagen wir bei einer sehr guten Beteiligung. Zukünftig streben wir jedoch eine noch höhere Beteiligung an.

Die Antworten belegten im Allgemeinen eine starke Identifikation mit dem Arbeitgeber: Denn 85 % der Belegschaft in unseren Kern- und Wachstumsländern würden die Uzin Utz Group als Arbeitgeber weiterempfehlen. Die Ergebnisse zeigten auch, dass unsere Unternehmenswerte aktiv gelebt wurden. So wurden viele unserer Fragen sehr positiv beantwortet, was eine hohe Zufriedenheit der Mitarbeiter widerspiegelt. Kritische Rückmeldungen nahmen wir zum Anlass, um Verbesserungspotenziale zu erschließen. Mit den Führungskräften wurden die Ergebnisse im Detail durchgesprochen und bewertet.

Auch die konstant hohe Gesundheitsquote von 95,9 % (96,2 %) werten wir als Beleg für die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter. Sie wird mittels des Quotienten aus tatsächlich geleisteten Arbeitstagen und den Soll-Arbeitstagen ermittelt.

In der Uzin Utz AG wurden die guten Werte sogar nochmals übertroffen: 94 % stimmten der Aussage zu: „Ich gehe morgens gerne zur Arbeit.“ Die Weiterempfehlungsquote lag bei 92 %.

Unsere Mitarbeiter treten als Markenbotschafter für unser Unternehmen auf. Sie wirken nach außen auf unsere Kunden und Partner, Freunde und Familie. Statt der Mitarbeiterzufriedenheitsquote legen wir daher den Fokus auf die Weiterempfehlungsbereitschaft. Diese Kennzahl betont in besonderer Weise die Loyalität und die Identifikation mit unserer Unternehmensgruppe. Aus diesem Grund haben wir uns in unserem Strategiefeld PEOPLE zum Ziel gesetzt bis zum Jahr 2025 eine Weiterempfehlungsrate von 90 % zu erreichen.

Welcome Day

Mit dem Kennenlernen neuer Aufgabengebiete, Prozesse und Strukturen, verbunden mit einer neuen Arbeitsumgebung, sind neue Mitarbeiter in den ersten Monaten gefordert. Besonders wichtig ist, dass sie gleich zu Beginn viele Informationen über ihren neuen Arbeitgeber erhalten und sie sich mit anderen Kollegen vernetzen. Aus diesem Grund haben wir einen Welcome Day für neue Mitarbeiter eingeführt. Der Welcome Day findet drei Mal jährlich statt, um allen neuen Kollegen den Einstieg zu erleichtern. An diesem Tag erhalten die Mitarbeiter Einblicke in unterschiedliche Bereiche des Unternehmens, lernen Marken und Produkte kennen und nehmen an einem Workshop zum Thema „Teambuilding“ teil. In 2020 führten wir dies in verkürzter Form digital durch, wobei das Kennenlernen des Vorstands ein zentrales Element war.

Generation PLUS

Mit Wertschätzung für die geleistete Arbeit möchten wir auch unseren ehemaligen Mitarbeitern, die sich im Ruhestand befinden, begegnen – unserer „Generation PLUS“. So organisieren wir üblicherweise jährlich eine Weihnachtsfeier sowie einen Tagesausflug in die Region Ulm. In 2020 haben wir eine digitale Adventsstunde organisiert. 20 ehemalige Mitarbeiter sind der Einladung von Herr Julian Utz und unserem HR-Team gefolgt und haben sich auf das Experiment „digitale Weihnachtsfeier“ eingelassen. Über 1,5 Stunden lang konnten wir via Internet und Telefonzuschaltung Zeit miteinander verbringen, Weihnachtslieder singen, den geschäftlichen Jahresrückblick von Herrn Julian Utz sowie einem Wintergedicht lauschen und uns gegenseitig von den Ereignissen in 2020 berichten.



Uzin Utz Exchange Programme



Den konzernweiten Austausch zwischen den Mitarbeitern zu fördern und durch Synergieeffekte einen Mehrwert für die Uzin Utz Group zu generieren – das bedeutet für uns Internationalität. Aus diesem Grund gibt es seit 2017 das Uzin Utz Exchange Programme (UEP). Zwei Wochen können die Mitarbeiter der Uzin Utz Group in ein anderes Unternehmen der Gruppe schnuppern. Gegenseitiges Verständnis, Wissenstransfer, persönlicher Austausch und Weiterentwicklung stehen dabei im Vordergrund.

Für 2020 war der Austausch für sieben Mitarbeiter geplant, wovon pandemiebedingt nur zwei stattfinden konnten. Der Austausch fand mit einer Kollegin von Uzin Utz, Ulm statt, die einen Einblick in das Tagesgeschäft von Uzin Utz North America gewinnen durfte und eine Kollegin von Uzin Utz Netherlands durfte den Hauptsitz in Ulm kennen lernen.



**Lucelia Kneidl,
Online Projektmanagerin,
IT-Innovation, Ulm – UEP
mit Uzin Utz North America:**

„Unsere Kollegen in den USA haben mich gleich vom ersten Tag an herzlich aufgenommen und in das dortige Tagesgeschehen integriert. Meine Reise führte mich schließlich von der Marketingabteilung

über interne und externe Meetings bis hin zum Highlight meines Aufenthalts: der Pallmann Passion Tour. Dadurch erhielt ich direkten Kundenkontakt und konnte deren Interessen und Bedürfnisse hautnah kennenlernen. Eine willkommene Abwechslung zur sonst für die IT-Innovation typischen Bildschirmarbeit war, dass ich unsere Spider-Parkettschleifmaschine ausprobieren durfte. Das war zunächst gar nicht so einfach, wie das in unseren Videos immer aussieht, aber mit ein paar Tipps und Tricks von Trevor Martin (Territory Manager Pallmann, Sales, Uzin Utz North America) ging die Arbeit dann schon bald sehr leicht von der Hand.“



**Anna Horstmann,
Kundenservice Export,
Uzin Utz Netherlands –
UEP mit Uzin Utz AG, Ulm**

„Ich bin überzeugt, dass die Zusammenarbeit viel einfacher wird, wenn man sich persönlich kennengelernt hat. Gerade für den Bereich Export habe ich sehr viel dazu gelernt, aber auch viele Informationen aus

Uzin Utz Netherlands teilen können. Im Endeffekt kann die Zusammenarbeit so viel problemloser und schneller verlaufen. Gerade im Export finde ich es wichtig, die Märkte und Bedürfnisse zu kennen und somit zielgerichtet unterstützen zu können.“

Offene Kommunikation

Offene und transparente Kommunikation bedeutet für uns, alle Anspruchsgruppen (wie Kunden, Öffentlichkeit, regionales Umfeld, Mitarbeiter) vollständig, glaubwürdig, verständlich und zeitnah über Unternehmensaktivitäten zu informieren.

Interne Kommunikation

Mit dem Ansatz der „Open Communication“ setzen wir den Grundstein für den Informationsaustausch zwischen Geschäftsleitung und Mitarbeitern sowie zwischen Abteilungen und Unternehmensbereichen. Eine einfache Kommunikation ist der Schlüssel dafür, dass die Strategie für alle Mitarbeiter nachvollziehbar wird. Wir legen unser Augenmerk auf eine kontinuierliche Kommunikation im Intranet.

Intranet

Unser Intranet „quako“ hat sich in den vergangenen Jahren zu einer umfangreichen Kommunikations- und Arbeitsplattform entwickelt. Um aktuelle Themen zu kommunizieren, wurde ein News-Bereich eingerichtet. Eine schnelle und professionelle Verbreitung der internen Konzernnachrichten in mehreren Sprachen an alle Mitarbeiter weltweit wird gewährleistet. Wir legen sehr viel Wert darauf, dass die Mitarbeiter die relevanten Informationen zuerst erhalten, bevor die Öffentlichkeit davon erfährt. Im News-Bereich finden die Mitarbeiter eine Übersicht der aktuellsten Themen. Diese werden so aufbereitet, dass es einem Online-Magazin gleicht. Interaktion ist in Form von Likes, Kommentaren und Teilen gegeben. Auf Grund von COVID-19 kommuniziert der Vorstand in Videobot-schaften und über digitale Events an alle Mitarbeiter.

Quako verbindet und vereinfacht auch bei der Zusammenarbeit und beim Wissensaustausch. Indem Projektmanagementfunktionen integriert wurden (siehe Seite 28), können Mitarbeiter dieses System zusätzlich für ihre eigene tägliche Arbeit in Team- und Projektarbeiten als den zentralen Ablageort verwenden. Das Intranet ist somit das übergeordnete System, welches den Austausch, die Zusammenarbeit und den Informationsfluss in der Uzin Utz Group gewährleistet.

Interner Austausch

Ergänzt wird diese Informationsplattform durch weitere Initiativen, welche besonders für die Geschäftsleitung und Führungskräfte eingerichtet wurden. Beispielsweise findet in regelmäßigen Abständen ein „Runder Tisch für Führungskräfte“ statt. Die Führungskräfte erarbeiten hier gemeinsam Leitfäden, diskutieren aktuelle Themen und gestalten aktiv die Unternehmenskultur.

Externe Kommunikation

Externe Stakeholder wie Kunden, (regionale) Öffentlichkeit, Investoren, Anleger, Lieferanten und weitere Geschäftspartner informieren wir frühzeitig und umfassend. Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist dabei ein wichtiger Kanal, über den wir in erster Linie Fachmedien, Wirtschaftsmedien und regionale Medien bedienen. Für unsere Unternehmens-, Marken- und Produktthemen sind im Besonderen Pressemeldungen, Interviews, Pressekonferenzen und Redaktionsgespräche sowie Fachbeiträge und -vorträge relevante Maßnahmen. Zudem sind Fach- und Hausmessen ein weiteres Kommunikationsinstrument für die Verbreitung von Informationen und Wissen zu Marken und Produkten. Die Kommunikation im Bereich Investor Relations wird über Ad-hoc-Meldungen, Quartalsberichte, den jährlichen Geschäftsbericht, die Hauptversammlung sowie über die Bilanzpressekonferenz abgedeckt. Die Maßnahmen dienen dazu, Investoren und Aktionäre umfassend zur Entwicklung des Unternehmens sowie über wirtschaftliche Kennzahlen zu informieren.

Die Onlinekommunikation sehen wir vermehrt als wichtigen Informationsweg, um die relevanten Zielgruppen zu erreichen. Über unsere Unternehmenswebsite erfahren interessierte Stakeholder wie Stellensuchende, Kunden und Investoren alles Wissenswerte zu Uzin Utz. Die internationale Konzernwebsite tritt seit Februar 2020 in einem neuen Erscheinungsbild auf. Innerhalb eines Jahres wurde der digitale Auftritt für englischsprachige Zielgruppen überarbeitet und für mobile Endgeräte optimiert. Durch unsere Präsenz auf diversen Social Media Kanälen möchten wir unseren Stakeholdern die Möglichkeit zur Interaktion mit uns geben. Seit Januar 2020 ist die Uzin Utz Group auch auf LinkedIn, dem sozialen Netzwerk für Beruf und Karriere, mit branchenspezifischen Inhalten aktiv. Auf den Markenseiten wird insbesondere das umfassende Produktsortiment vorgestellt, ergänzt durch Datenblätter, Sicherheits- und Anwendungshinweise.



Nichtfinanzielle Konzernklärung nach § 315 c HGB

Aus den Anforderungen des deutschen CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetzes leitet sich für den Uzin Utz Konzern die Pflicht zur Veröffentlichung einer nichtfinanziellen Erklärung auf Konzernebene ab. Diese wird als zusammengefasster gesonderter nichtfinanzieller Konzernbericht innerhalb des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts veröffentlicht.

In der nichtfinanziellen Konzernklärung gemäß §§ 315 b, 315 c Handelsgesetzbuch (HGB) in Verbindung mit § 289 c HGB stellen wir Inhalte zu den Aspekten „Umweltbelange, Arbeitnehmerbelange, Sozialbelange, Achtung der Menschenrechte, Bekämpfung von Korruption und Bestechung“ dar.

Wesentliche Risiken aus Geschäftsbeziehungen, Produkten und Dienstleistungen sowie aus der eigenen Geschäftstätigkeit im Sinne des § 315 Absatz 2 und § 289 c Absatz 3 Nr. 3 und 4 HGB und der Umgang mit diesen werden im Konzernlagebericht des Geschäftsberichts 2020 dargestellt. Das Geschäftsmodell des Uzin Utz Konzerns stellen wir im Abschnitt „Unternehmensprofil“ dar.

Umweltbelange

Verantwortungsvoller Umgang mit Mensch und Umwelt sind in der Unternehmensführung der Uzin Utz Group fest verankert. Da eine intakte und saubere Umwelt und die Schonung von natürlichen Ressourcen die Lebensgrundlage kommender Generationen ist, setzen wir Ressourcen verantwortungsvoll ein, wir optimieren kontinuierlich Prozesse und Produktionsverfahren und greifen auf marktführende Technologien zurück. Beste technische Performance und beständige Verbesserung der Ökobilanz unserer Produkte sind unsere ambitionierten Entwicklungsziele, welche ein hohes Maß an Innovationskraft erfordern. Darüber hinaus entwickeln wir konzernweit Produkte, die hinsichtlich Lösemittel- und Schadstoffarmut höchste Anforderungen erfüllen, so dass wir den Ansprüchen an den Arbeits- und Gesundheitsschutz der Verarbeiter und Nutzer gerecht werden.

Die Uzin Utz Group versteht sich als Branchenmotor für Produktideen und Innovationen. Wir koordinieren unser Sortiment und unser Know-how gesellschaftsübergreifend. Derzeit arbeiten wir an zwölf Forschungs- und Entwicklungsstandorten, um hochleistungsfähige und langlebige Produkte zu entwickeln. Die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung im Konzern beliefen sich auf rund 10,7 Mio. Euro (10,3). 122 (117) Mitarbeiter (Vollzeit-äquivalente) sind in diesem Bereich beschäftigt.

Unser beständiges Wachstum macht sich auch bei den Produktionsmengen bemerkbar: Im Jahr 2020 wurden konzernweit 224.023 Tonnen (214.303) Trockenmörtel sowie 36.199 Tonnen (35.889) Flüssigprodukte hergestellt. Hinzu kommen Fertigerzeugnisse wie Trockenklebstoffe, Maschinen und Werkzeuge. Die Gesamtauslastung der Produktionskapazitäten für Trockenmörtel beziehungsweise für Flüssigprodukte über alle Produktionsstandorte hinweg betrug 81,6 % (82,0 %) beziehungsweise 73,6 % (72,5 %). Bei Einbezug der Kapazitäten für die Sparten Maschinen und Werkzeuge, ergibt sich eine Auslastung von 80,4 % (80,3 %).

Mit dem Klimawandel steht die Menschheit einer enormen globalen Herausforderung gegenüber. Umwelt- und Klimaschutz nehmen daher auch in unseren unternehmerischen Prozessen einen hohen Stellenwert ein. Mit dem Startschuss der seit 2020 gültigen Strategie PASSION 2025 haben wir uns zum Ziel gesetzt, den Carbon Footprint für die Group zu erfassen und diesen bis 2025 um 25 % zu reduzieren. Das führt dazu, dass zu den bisher erfassten Kennzahlen, wie Energie- und Wasserverbrauch sowie Abfallmengen, weitere Schlüsselkennzahlen erfasst werden. Neu in der Datenerfassung werden unter anderem Fuhrpark, Geschäftsreisen und Papierverbrauch sein. Im Hinblick auf den betrieblichen Umweltschutz setzen wir weiterhin auf Energieeffizienz und auf erneuerbare Energien. Viele unserer Produktionsstandorte beziehen Strom aus erneuerbaren Ressourcen oder nutzen durch eigene Photovoltaik- oder Solaranlagen erneuerbare Energien. Von externen Stromlieferanten wurden rund 7.769 MWh (7.805) Strom bezogen.

Im Produktbereich können wir durch die Verwendung alternativer Verpackungen einen Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz leisten. Seit 2019 setzen wir speziell auf Gebinde aus recyceltem Kunststoff (PCR – Post-Consumer-Recycling-Material) und haben 2020 deren Verwendung weiter vorangetrieben. Am Hauptsitz in Ulm wurden Anfang des Jahres 2020 nahezu alle Kanister auf das Recyclingmaterial umgestellt. Ausgenommen sind Kanister für Produkte, bei denen es technische Einschränkungen gibt. Auch die Verwendung von Eimern aus PCR-Material treiben wir voran. So werden bereits Eimer mit variablen Anteilen an PCR-Material eingesetzt beziehungsweise befinden sich einige davon in der Testphase. Durch die Verwendung von PCR-Material anstatt Neuware, leisten wir einen aktiven Beitrag zur Ressourceneffizienz.

Arbeitnehmerbelange

Für die Uzin Utz Group sind ihre Mitarbeiter die wichtigste Ressource. Um ein attraktiver Arbeitgeber zu sein, schaffen wir bestmögliche Arbeits- und Rahmenbedingungen für unsere Mitarbeiter. Dies zeigt sich unter anderem in Form von fairer Vergütung und diversen Weiterbildungsmöglichkeiten. Im Jahresdurchschnitt arbeiteten 1.335 (1.318) Mitarbeiter für die Uzin Utz Group, davon sind circa 27,0 % (27,4 %) Frauen.

Ein positives Arbeitsumfeld mit vielfältigen Angeboten zu Gesundheitsvorsorge und Weiterbildung wirkt sich auf die Produktivität und die Mitarbeiterzufriedenheit aus. Im Rahmen von PASSION 2025 haben wir uns zum Ziel gesetzt die Weiterempfehlungsbereitschaft auf 90 % zu steigern. Diese wird im Rahmen von jährlichen Mitarbeiterumfragen abgefragt. Aktuell können wir eine Weiterempfehlungsbereitschaft von 85 % vermelden. Auch die konstant hohe Gesundheitsquote von 95,9 % (96,2 %) werten wir als Beleg für die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter. Sie wird mittels des Quotienten aus tatsächlich geleisteten Arbeitstagen und den Soll-Arbeitstagen ermittelt.

Um Nachwuchskräfte zu fördern, investieren wir in die Ausbildung junger Talente. Im Berichtsjahr haben wir 49 (49) jungen Menschen eine Ausbildung ermöglicht. Damit konnten wir unser Ausbildungsangebot erneut auf hohem

Niveau halten. Ein wichtiges Standbein unseres Personalmanagements ist die unternehmensinterne Ausbildung, um Fachkräftemangel vorzubeugen und unser Unternehmen jung zu halten. Das Alter unserer Mitarbeiter liegt durchschnittlich bei circa 43 Jahren.

Verlässlichkeit gehört zu unseren Unternehmenswerten, daher möchten wir, dass unsere Mitarbeiter auch in Krisenzeiten durch den Arbeitsplatz sozial abgesichert sind. Daher stehen weniger als 6 % aller Beschäftigten in einem befristeten Arbeitsverhältnis. Faire Entlohnung gilt für uns als eine Selbstverständlichkeit. Durch die Möglichkeit der Arbeit in Teilzeit und mit Telearbeit erhalten Mitarbeiter Flexibilität in individuellen Lebenssituationen. So befinden sich konzernweit circa 12 % der Beschäftigten in Teilzeitarbeit. Durchschnittlich arbeiten unsere Mitarbeiter seit 9,8 Jahren im Unternehmen. Die Achtung der Rechte der Arbeitnehmer ist eines unserer zentralen Themen und wird neben der Wertschätzung durch die Unternehmensleitung verantwortet.

Mit unserem stetigen Wachstum werden eine starke Vernetzung sowie der Informationsfluss zwischen den Mitarbeitern unserer Gesellschaften immer wichtiger. Unser Intranet haben wir daher zur zentralen Kommunikations- und Arbeitsplattform ausgearbeitet. Auch das Mitarbeitermagazin, das seit 2016 etwa halbjährlich standort-, abteilungs-, und hierarchieübergreifend berichtet, wurde digitalisiert und im Intranet integriert. Damit regen wir eine länderübergreifende, offene Kommunikationskultur an. Viele weitere Initiativen können so zentral initiiert werden.

Gruppenweite Kampagnen sind U MOVE (siehe Seite 45), U COOK (siehe Seite 45) sowie das Uzin Utz Exchange Programme (siehe Seite 48). Letzteres gibt es bereits seit 2017. Im Rahmen des Austauschprogramms bieten wir einen zweiwöchigen internationalen Austausch von Mitarbeitern unterschiedlicher Standorte an. Gegenseitiges Verständnis, Wissenstransfer, persönlicher Austausch und Weiterentwicklung stehen dabei im Vordergrund.

Sozialbelange

Unsere soziale Verantwortung zeigt sich, indem wir eine Vielzahl an unterschiedlichen sozialen, sportlichen und kulturellen Projekten durch Spenden und Sponsoring fördern. Wir konzentrieren uns dabei hauptsächlich auf regionale Projekte, in denen sich unsere Kollegen stark machen und ehrenamtlich engagieren. So wurden konzernweit mit einer Summe von rund 574.000 Euro (482.000) Spenden- und Sponsoringprojekte unterstützt. Die unterstützten Projekte sollen eine langfristige positive Wirkung auf die Gesellschaft entfalten. Im vorliegenden Bericht haben wir einige Beispiele aufgeführt (siehe Seite 35 ff).

Achtung der Menschenrechte

Die Achtung der Menschenrechte ist ein essenzieller Bestandteil des Wertesystems der Uzin Utz Group. Gegenseitiger Respekt und Toleranz wird an allen Standorten des Unternehmens gelebt. Geschäftschancen nehmen wir nur wahr, wenn Menschenrechtsverletzungen ausgeschlossen werden können.

Bekämpfung von Korruption und Bestechung

In allen Bereichen unseres Wirkens – entlang der gesamten Wertschöpfungskette – setzen wir verantwortungsvolles und rechtmäßiges Handeln voraus. Rechtstreue und Integrität betrachten wir als zentrale Voraussetzungen für dauerhafte Geschäftsbeziehungen. Alle Formen von Korruption wie Bestechung, Bestechlichkeit, Vorteilsgewährung und Vorteilsnahme sind strikt verboten. Jeder Anschein eines Interessenkonflikts bei der Gewährung oder Annahme von Zuwendungen ist zu vermeiden. Um einen Handlungsrahmen für unsere Mitarbeiter vorzugeben, pflegen wir eine allgemeine Compliance-Richtlinie, die von allen Gesellschaften anerkannt wird (siehe Seite 20). Spezifische Ergänzungen zu dieser Richtlinie können je nach Markt- und Länderrelevanz formuliert werden.

**Haben Sie Wünsche, Fragen oder
Anmerkungen?**

Kommen Sie doch einfach auf uns zu
und helfen Sie uns besser zu werden!

Uzin Utz AG
Dieselstraße 3
89079 Ulm

Ihre Ansprechpartnerinnen:
Frau Eva-Maria Kunz
Frau Marcella Lucas
nachhaltigkeit@uzin-utz.com

Besuchen Sie uns
im Internet:
www.uzin-utz.com

Der elektronische Nachhaltigkeitsbericht (als PDF-Datei)
ist das Gegenstück zur gedruckten Ausgabe.
Er kann online unter www.uzin-utz.com abgerufen werden.

Impressum

Herausgeber

Uzin Utz Aktiengesellschaft
D-89079 Ulm

Konzeption

Uzin Utz Aktiengesellschaft
büro ballweg, ulm

Gestaltung

büro ballweg, ulm

Fotografie

Uzin Utz Aktiengesellschaft

Fotografie Vorstand

Bader Photography, Augsburg

Fotografie Orange Campus

Marcel Greiner
Harry Langer

Text

Uzin Utz Aktiengesellschaft

Druck

le Roux Gruppe, Erbach

Uzin Utz

Uzin Utz AG
Dieselstraße 3
89079 Ulm

Telefon +49 731 4097-0
Telefax +49 731 4097-110

www.uzin-utz.com

2020

Nachhaltigkeitsbericht
2020