

UZIN UTZ HV: Der Ulmer Fußbodenspezialist mit über 100-jähriger Tradition besteht aus einer Gruppe internationaler Beteiligungsfirmen. Die klare Ausrichtung auf die Kernkompetenz Boden ist weltweit einzigartig. Der Konzernumsatz stieg 2013 um knapp 5 % bzw. erhöhte sich um rund 10 Mio. €. Die druckfrischen Finanzzahlen für das 1. Quartal 2014 sind exzellent.

„Der Kern unseres Schaffens sind die Menschen. Dies ist der Leitsatz, der unser Verständnis von Nachhaltigkeit prägt!“

Die UZIN UTZ AG mit Geschäftssitz in der Münsterstadt Ulm ist bereits in dritter Generation familiengeführt und hat dadurch nie die Bodenhaftung verloren. Zu den wichtigen Zielen zählen fortlaufendes Wachstum und Nachhaltigkeit. Als Pionier und Branchenvorreiter arbeitet der innovative Mittelständler seit über drei Jahrzehnten erfolgreich an der Entwicklung bodengesunder Produkte. Die Philosophie des Unternehmens gründet auf den sechs Säulen Verlässlichkeit – Perspektiven – Balance – Wertschätzung – Internationalität – Dynamik und mündet in einer mitarbeiterfreundlichen Personalstrategie: *„Alles, was dir wichtig ist!“*

Der Blick für das Wesentliche: Kernkompetenz Boden

CEO Dr. H. W. Utz berichtet: *„Wir sind Boden. Denn uns alle eint die Leidenschaft für den Boden. Diese Leidenschaft macht uns erfolgreich – wie unsere Geschäftsentwicklung 2013 zeigt. Engagierte Mitarbeiter, wertvolle Marken und innovative qualitativ hervorragende und sichere Produkte bilden das Fundament für unsere wichtigsten Finanzkennzahlen im Jahr 2013. Wenn ich auf das gesamte letzte Geschäftsjahr zurückschaue, dann sehe ich viel Anlass zur Freude.“* Und CFO Thomas Müllerschön ergänzt: *„Der Fokus liegt in 2014 darauf, das gesamte Potenzial unserer weltweiten Standorte auszuschöpfen und so unsere Position auf den ausländischen Märkten weiter zu stärken.“*

Wie sich der familiengeführte Konzern UZIN UTZ AG nach dem 100-jährigen Firmenjubiläum selbst sieht: „Wir sind Boden!“

- Das gemeinsame Ziel der gesamten Gruppe ist es, eine gleichbleibende Produktqualität zu schaffen. Der Ausbau der attraktiven Marktnische erfüllt die Voraussetzungen, um zum Wohl der Marktpartner, Investoren, Kunden und Mitarbeiter erfolgreich und nachhaltig wirtschaften zu können.
- Trotz der von Schuldenkrise und Konjunkturschwäche geprägten angespannten Rahmenbedingungen schaffte es UZIN UTZ, den Konzernumsatz von 207,3 Mio. im Jahr 2012 auf 217,0 Mio. € im Geschäftsjahr 2013 um insgesamt 4,7 % zu erhöhen.

- **Die Erfolgsbausteine des Geschäftsmodells von UZIN UTZ sind:** Kundennähe - Mitarbeiterzufriedenheit – Hohe Qualität der Produkte – Marketing & Vertrieb – Nutzung der gesamten Wertschöpfungskette – Diversifizierte Aufstellung – Internationale Präsenz – Vorbildliche Unternehmenskultur

Ein Blick auf die mehr als 100-jährige Unternehmensgeschichte

- 1911:** Georg Utz legt in Wien den Grundstein des Unternehmens.
- 1950:** Erstmals stellt die Firma Bodenbelagsklebstoffe her.
- 1997:** Das Unternehmen wird in die UZIN UTZ AG umgewandelt mit dem Börsengang und den Start in die Wachstumsoffensive.
- 2000:** Die börsennotierte Gesellschaft erweitert ihr Produktportfolio um Spezialmaschinen und Werkzeuge zur Bodenbearbeitung.
- 2001:** UZIN UTZ übernimmt die Pallmann GmbH & Co. KG in München.
- 2002:** Es erfolgt die Übernahme der Wolff Spezialmaschinen GmbH, Vaihingen
- 2005:** Die AG integriert ihre hochentwickelte Trockenklebe-Technologie.
- 2006:** UZIN UTZ führt die Dachmarke „**UFLOOR Systems**“ ein.
- 2008:** Der Konzern ergänzt sein Portfolio um Reinigungs- und Pflegeprodukte.
- 2011:** Die Traditionsfirma aus Ulm mit dem hohen Anspruch „**Nachhaltigkeit**“ feiert ihr 100-jähriges Jubiläum „**Zukunft unter uns – Wir sind Boden.**“
- 2012:** UZIN UTZ erfreut die Aktionäre mit positivem Ausblick. Auch nach dem 100-jährigen Jubiläum gibt es kein Ausruhen auf den Lorbeeren, sondern der Aufruf: „**Wir sind Boden und bauen unsere Kompetenzen aus!**“
- 2013:** Vollständige Übernahme der Lokken AS in Skien, der Unihem Gruppe in Ljubljana und der UZIN UTZ Construction Materials in Shanghai.

Die folgenden Stärken von UZIN UTZ als Schlüssel zum Erfolg

- Diversifizierte Aufstellung
- Nutzung der gesamten Wertschöpfungskette bei der Bodenbearbeitung
- Starke Präsenz auf internationalen Märkten
- Besondere Kundennähe
- Straffes Marketing und leistungsfähiger Vertrieb
- Die gefragten, qualitativ hochwertigen Produkte
- Die Unternehmenskultur und der Teamgeist der motivierten Mitarbeiter
- Erfolgreiche Übernahmen mit in- und ausländischen Partnern

Die guten Finanzzahlen von UZIN UTZ beweisen Substanzkraft

UZIN UTZ Finanzzahlen von 2013 gegenüber 2012 und 2011			
Finanz-/Ertragsdaten IFRS	Jahr 2013	Jahr 2012 angepasst	Jahr 2011
Umsatzerlöse	217,0 Mio. €	207,3 Mio. €	199,2 Mio. €
Umsatzzuwachs	+4,7 %	+4,1 %	+8,1 %
Ergebnis gewöhnl. Geschäftstätigkeit	12,4 Mio. €	13,5 Mio. €	12,0 Mio. €
Konzern-Jahresüberschuss	10,0 Mio. €	9,5 Mio. €	9,0 Mio. €
Investitionen	19,5 Mio. €	14,7 Mio. €	9,6 Mio. €
Abschreibungen	7,0 Mio. €	6,8 Mio. €	7,0 Mio. €
Cashflow laufende Geschäftstätigkeit	16,0 Mio. €	17,7 Mio. E	12,5 Mio. €
Forderungen aus Lieferung/Leistung	23,7 Mio. €	21,4 Mio. €	23,3 Mio. €
Vorräte	28,9 Mio. €	28,4 Mio. €	27,9 Mio. €
Anlagevermögen	120,9 Mio. €	109,7 Mio. €	100,0 Mio. €
Kurz- und langfristige Schulden	82,9 Mio. €	75,4 Mio. €	75,8 Mio. €
Eigenkapital	108,6 Mio. €	102,8Mio. €	97,7 Mio. €
Mitarbeiter (Durchschnitt)	939	919	879
Dividende je Aktie	0,80 €	0,80 €	0,75 €
Ergebnis je Aktie	1,99 €	1,88 €	1,78 €
Bilanzsumme	191,5 Mio. €	178,1 Mio. €	173,6 Mio. €

„Kein Gewinn ohne Sinn“ lautet die Zielsetzung von UZIN UTZ	
<i>„Umwelt und Gesellschaft spielen für uns bei unternehmerischen Entscheidungen eine tragende Rolle.“</i>	<i>„Deshalb gibt es für uns keine Gewinnstrategie, ohne fortwährende und gelebte Nachhaltigkeit“</i>
Dr. H. Werner Utz, Vorstandsvorsitzender	Thomas Müllerschön, Finanzvorstand

Kurzinformation über die sieben Marken von UZIN UTZ

Marke	Kurzprofil der wichtigen Marken von UZIN UTZ
UZIN	Hohe Produkt- und Systemkompetenz mit Spachtelmassen, Abdichtungssystemen und Klebstoffen für textile und elastische Bodenbeläge. Zitat: „Und der Boden gehört dir!“

WOLFF	Umfassendes Sortiment an Maschinen und Werkzeugen für die Verlegung und Renovierung von Böden. Zitat: „Du bist stärker als du glaubst!“
PALL-MANN	Ein großes Sortiment von Versiegelungen über Öl-Wachs-Systeme bis hin zu innovativen Pflege- und Reinigungsprodukten. Zitate: „Von der Wurzel bis zur Krone.“ – „Pallmann bringt's es auf den Punkt!“
ARTURO	Neuartige aus Kunstharz gefertigte flüssige Konzepte, auch für Designerböden interessant und nachgefragt. Bodendesign für höchste Beanspruchung auf alltagstauglichem Qualitäts- und Verarbeitungsniveau.
CODEX	Untergrundvorbereitung, Verlegung und Verfugung von echten Fliesen und Natursteinen. Zitat: „Exklusiv für echte Fliesenleger!“
RZ	Hochqualitative Reinigungs- und Pflegesysteme zur Werterhaltung von Bodenbelägen aller Art. Innovativ und umweltfreundlich präsentiert sich RZ, die jüngste Marke im Konzernportfolio von UZIN UTZ.
UFLOOR Systems	Ein Vollsortiment moderner Produkte zur Lackierung und Veredelung von Oberflächen. Die Bodenkompetenzmarke von UZIN UTZ steht für exzellente Beratungsdienstleistung rund um kreative Lösungen für die Neuverlegung, Werterhaltung und Renovierung von Bodenbelägen aller Art.
Die sieben Marken von UZIN UTZ gewährleisten: Wertorientierung mit Verantwortung – Krisenfestigkeit und Stabilität – Wachstum mit Geduld – Know-how, innovative Kraft und Mehrwert	

Ein zuversichtlicher Ausblick 2014 (Quelle: Bilanzpressekonferenz)

2014 gilt als Jahr der Potenzialausschöpfung mit Konzentration auf die sechs Eckpfeiler Mitarbeiter, Produktqualität, Marketing und Vertrieb, Kundennähe, Internationalität und Wertschöpfungskette. Der Ulmer Konzern UZIN UTZ konzentriert sich weiter auf seine Stärken, um den Vorsprung gegenüber der Konkurrenz auszubauen. Die geografische Streuung und intensive Forschung bilden die Grundlage, um Marktabhängigkeiten zu verringern, Alleinstellungsmerkmale und steigende Ergebnisse zu sichern. Positive Einflussfaktoren sind die gute Ausgangslage für die Baubranche und die Wirtschaft weltweit. Intern setzt das familiengeführte Unternehmen mit über 100-jähriger Tradition auf eine Kombination aus hoher Liquidität, professionellem Finanz- und Risikomanagement, der eingespielten motivierten Mannschaft sowie der internationalen Aufstellung.

Zu den druckfrischen, gerade veröffentlichten Zahlen für das 1. Quartal 2014 aus der Zwischenmitteilung

- Gegenüber der Vorjahresperiode stieg der **Konzernumsatz** in den ersten drei Monaten 2014 nach 51,4 Mio. € auf nunmehr 55,7 Mio. € um 8,4 %, wobei der Auslandsanteil mit 54,4 % gegenüber 54,9 % im Vorjahresvergleich nahezu unverändert blieb.
- Das **Konzernergebnis vor Zinsen und Steuern** erhöhte sich um imposante 17,95 % und liegt nach 2,9 Mio. € nunmehr bei 3,5 Mio. €.

- Das **Eigenkapital** kletterte von 106,6 Mio. auf 112,7 Mio. € nach oben. Die **Eigenkapitalquote** verbesserte sich von 54,3 % auf nunmehr 55,8 %.
- Die **kurzfristigen Verbindlichkeiten** erhöhten sich leicht und beliefen sich gegenüber Kreditinstituten auf 32,4 Mio. € und bei Lieferungen und Leistungen auf 8,9 Mio. €. Der Anteil der **langfristigen Schulden** verringerte sich um 17,6 % deutlich von 43,2 Mio. auf 35,6 Mio. € und macht nach 22,0 % nur noch 17,6 % von der Bilanzsumme aus.
- Während im 1. Quartal 2013 bereits 930 **Mitarbeiter** für UZIN UTZ tätig waren, liegt die Anzahl jetzt bei 953.
- Die **Bilanzsumme** erhöhte sich um 5,6 Mio. € auf von 196,4 Mio. auf 202,0 Mio. €.

Ausblick: Auszug aus dem Zwischenbericht 1. Quartal 2014

„Im Rahmen der Wachstumsstrategie wird die UZIN UTZ AG weltweit die Präsenz erhöhen und dabei das gesamte Potenzial der weltweiten Standorte ausschöpfen ... Die definierten Fokusbänder bzw. -regionen sind neben Deutschland Asien, Benelux, Frankreich, Osteuropa, Schweiz, Skandinavien, Großbritannien und USA ... Die UZIN UTZ AG wächst nicht ‚um jeden Preis‘, sondern nachhaltig profitabel ... Deshalb liegt dem gesamten Konzern ein professionelles Finanz- und Risikomanagement zugrunde ... Für 2014 wird – getragen von der guten Ausgangssituation für die Baubranche und die Wirtschaft weltweit – ein erfolgreiches Geschäftsjahr erwartet.“

Die HV-Tagesordnung in Stichpunkten: Präsenz: 84,21 % und ein herausragendes Abstimmungsergebnis von nahezu 100 %

TOP 1: Vorlage des Jahresabschlusses für 2013

TOP 2: Verwendung des Bilanzgewinns: Ausschüttung einer Dividende von je 0,80 € = 4.030.993,60 €; Gewinnvortrag auf neue Rechnung: 11.734.291,61 €; Bilanzgewinn: 15.765.285,21 € (99,999 % Ja-Stimmen)

TOP 3: Entlastung des Vorstands (99,995% Ja-Stimmen)

TOP 4: Entlastung des Aufsichtsrats (99,988 % Ja-Stimmen)

TOP 5: Beschlussfassung zum Genehmigten Kapital (99,988 % Ja-Stimmen)

TOP 6: Wahl des Abschlussprüfers für 2014 (99,994 % Ja-Stimmen)

Souveräne HV-Leitung durch den Vorstandsvorsitzenden Dr. Rainer Kögel

Zur Rede des Vorstandschefs Dr. H. Werner Utz

Der langjährige Firmenchef Dr. H. Werner Utz informierte in seiner überzeugenden, rhetorisch anspruchsvollen und mit reichlich Beifall honorierten weitgehend freien Rede über das Geschäftsmodell, die Produkte, die Orientierung an Leitbilder, wozu Innovationskraft, Glaubwürdigkeit, Vertrauen, Mitarbeitermotivation und Nachhaltigkeit zählen.

Intensiv ging der Firmenchef auf die Wertschätzung und Förderung seiner Mitarbeiter sowie das ständige Bemühen ein, für seine über 950 Beschäftigten ein attraktiver Arbeitgeber zu sein. Ein kurzes in Zitat: „Internationale Expansion in 2013 sehr erfolgreich vorangetrieben. 2014 liegt der Fokus auf nachhaltiger Potenzialausschöpfung.“

Aus der Rede des Finanzchefs Thomas Müllerschön

Vorstand Thomas Müllerschön vermittelte in seiner packenden und ebenso beeindruckenden Rede einen guten Überblick über die Bilanzierung, Finanzstruktur und Marktlage. Keine dröge, trockene Auflistung von Finanzdaten, sondern ein spannender Vortrag – gewürzt mit erfreulichem Zahlenwerk und Ausblick. Dazu einige Auszüge aus dem verfügbaren ausgedruckten Text:

Einführung: *„Es ist wichtig, eine langfristige Strategie zu haben – als Leitplanke für die eigene Entwicklung in einem volatilen Umfeld. Unser Expansionsplan 2018 und unser professionelles Risikomanagement erlauben uns, mit klarem Kopf und vorausschauend die Risiken und Ungewissheiten für unser Geschäft auszutarieren. 2013 war ein Jahr, das wir wegen anhaltend schlechter Wettbedingungen in weiten Teilen Europas während der ersten zwei Quartale eher mühsam begonnen haben. Ab der zweiten Jahreshälfte konnten wir aber aufholen, die Umsätze steigern und die Ergebnisse verbessern.“*

„2013 war für den UZIN UTZ Konzern vor dem Hintergrund der anhaltend volatilen Wirtschafts- und Finanzmärkte zwar ein anspruchsvolles, aber durchaus positives Jahr. In unserem Heimatmarkt Deutschland und in den Niederlanden konnten wir unsere Position als Marktführer festigen. Und in einigen anderen europäischen Märkten gelang es uns, weitere Marktanteile zu gewinnen. Die UZIN UTZ AG konnte somit ihren Branchenvorsprung weiter ausbauen und durchwegs erfreuliche Zahlen erwirtschaften. So lag der Umsatz mit 217,0 Mio. € um 4,7 % höher als im Jahr 2012. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit konnte bereinigt um den Sondereffekt durch den Verkauf der Sparte Möbellacke um 2,9 % auf 12,4 Mio. € gesteigert werden.“

Zur Würdigung der Medien. Laut WirtschaftsWoche ist die UZIN UTZ AG der zweitinnovativste Mittelständler Deutschlands: *„Es gibt etliche Gründe, warum manche Firmen mit Innovationen erfolgreicher sind als andere: Das Unternehmen ist besonders nah dran am Kunden, setzt auf Kommunikation und interne Vernetzung. Die Leute sind motiviert, dürfen rumtüfteln. Die Belegschaft ist bunt und international zusammengewürfelt. Oder das Unternehmen guckt sich einfach gute Ideen aus anderen Branchen ab. Auf die Sieger des WirtschaftsWoche-Innovationsrankings trifft das meiste davon zu.“*

UZIN UTZ als Arbeitgeber: *„All unsere Erfolge waren und sind ohne unsere Mitarbeiter niemals möglich. Sie machen mit ihrem Können, aber vor allem eben ihrer Leidenschaft und ihrem Teamgeist den Unterschied zu anderen Unternehmen in der Branche. UZIN UTZ will auch in Zukunft ein Spitzen-Arbeitgeber sein.“*

Unsere interne Weiterbildungsakademie HORIZONTE bildet das Fundament für eine nachhaltige Personalentwicklung und bietet einen umfassenden Fort- und Weiterbildungskatalog – von der physischen, psychischen und sozialen Gesundheit bis hin zu Sprach- oder Kochkursen.“

Zum Umsatz und Ertrag: *„Der gesamte Konzernauslandsumsatz stieg von 113,0 auf 122,1 Mio. €. Die Umsätze innerhalb Deutschlands lagen mit rund 94,8 Mio. € leicht über dem Vorjahreswert von rund 94,3 Mio. €. – Die Gesamtleistung stieg um 4,3 % auf 216,8 Mio. nach 207,9 Mio. €. – Der Jahresüberschuss im Konzern lag mit 10,0 Mio. um 0,5 Mio. € oder 6,3 % über dem Vorjahreswert von 9,5 Mio. €. Insgesamt investierte der Konzern im Vorjahr 19,5 Mio. € und plant 2014, weitere 32 Mio. € zu investieren. – Die Bilanzsumme stieg auf 191,5 Mio. nach 178,1 Mio. €.“*

Zur Bilanzstruktur: *„Grundsatz und Ziel des Finanzmanagements im UZIN UTZ Konzern ist es, jederzeit eine ausreichende Liquidität zu gewährleisten bei einer gleichzeitig hohen, weit über dem Branchendurchschnitt liegenden Eigenkapitalquote. Auch im Jahr 2013 konnte diese Anforderung erfüllt werden. Die Liquidität war stets gewährleistet. Kreditlinien wurden nie in voller Höhe beansprucht.“*

Zur Mitarbeiterentwicklung: *„Die Anzahl der Mitarbeiter im Konzern stieg im Vergleich zum Vorjahr auf 939 nach 919. Davon arbeiteten 529 im Inland und 410 im Ausland. Zusätzlich wurde 37 jungen Menschen eine Ausbildung ermöglicht. Bei der UZIN UTZ AG wuchs die Anzahl der Mitarbeiter von 391 auf 401. Am Standort Ulm wurden 28 junge Menschen ausgebildet. Dies unterstreicht eindrucksvoll das seit vielen Jahren herrschende Bemühen, eigenes gutes Fachpersonal selbst auszubilden und so auf künftige Aufgaben im Unternehmen vorzubereiten. Wir sichern damit unsere eigene Zukunft. Ebenso nehmen wir unsere Verantwortung gegenüber künftigen Generationen wahr.“*

Zu den Unternehmenszielen, den Trends und der Potenzialausschöpfung:

1. *„Wir forcieren die Top-Qualifizierung unserer Mitarbeiter und unser Top-Arbeitgeber-Image.*
2. *Wir stärken unser Kerngeschäft mit neuen und nutzenorientierten Produkten und schöpfen ihr Potenzial voll aus, um jeden Kunden auf der ganzen Welt damit zu begeistern und zufriedenzustellen.*
3. *Wir nutzen die Möglichkeiten zunehmender Digitalisierung.*
4. *Wir wachsen in neuen Märkten, indem wir verstärkt auf die Ansprüche unserer dortigen Kunden eingehen.*
5. *Wir kommunizieren regelmäßig mit unseren Lieferanten und Handelspartnern und suchen auf Rohstoffbasis fortlaufend nach Substituten, um unsere Wertschöpfungskette kontinuierlich zu verbessern.*
6. *Wir besitzen ein wirkungsvolles Risikomanagement, das zu unserer nachhaltigen Wertschöpfung und zum langfristigen Geschäftserfolg beiträgt.“*

Zu den Neuzugängen Lavanior und BOP

*„Mit **Lavanior** überwinden wir unsere eigenen Grenzen und entdecken die Wand als Gestaltungsfläche. – Das Produktportfolio von Lavanior ermöglicht dem Profi überdurchschnittlich hohe Margen und sehr leichte und effiziente Verarbeitungstechniken. Die Produkte zeichnen sich insbesondere durch Stoß- und Fugenfreiheit, Beständigkeit, Individualität, Flexibilität in der Anwendung, Geruchsneutralität und Nachhaltigkeit aus. Die künstlerische und für die Branche außergewöhnliche Positionierung ist ein Alleinstellungsmerkmal.“*

*„Unser Boden-Internetportal **BOP** ... wurde einer begeisterten Fachpresse vorgestellt – nicht nur wegen des Inhalts, sondern auch, weil wir als Testimonial den Komiker Erkan von Comedy-Duo Erkan & Stefan verpflichtet haben ... Diese ganz besondere Internet-Plattform hat weit mehr zu bieten als ein gewöhnlicher Online Shop, nämlich: Wissensvermittlung, Projektplanung und Online-Handel in einem – für Bodenprofis und solche, die es noch werden wollen. – Wer über BOP Produkte online bestellt, bekommt diese in der Regel über einen stationären Händler in seiner Nähe ausgeliefert.“*

Ausblick 2014 – Die sechs Eckpfeiler der Potenzialausschöpfung

- „Mitarbeiter – Produktqualität – Marketing und Vertrieb – Kundennähe – Internationale Marktpräsenz – Wertschöpfungskette

Unsere definierten Fokusbänder sind Asien/BRIC, Benelux, Frankreich, Osteuropa, Schweiz, Skandinavien, UK und USA. Entscheidend ist dabei aber immer: Wir wollen nicht ‚um jeden Preis‘ wachsen, sondern nachhaltig profitabel.

Premium ist Zukunft. – Wir bewegen damit Kunden, Märkte und uns selbst. Dazu bildet unsere Ausrichtung mit der Konzentration auf die vier K's: Kernkunden, Kernkompetenz, Kernnutzen und Kernmarkt weiterhin den strategischen Rahmen. Das ist das Fundament, auf dem wir unsere Zukunft bauen.

Auf Konzernebene rechnen wir mit leicht steigendem Umsatz und Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit. Da wir weiterhin in Expansion investieren, prognostizieren wir auf Konzernebene eine gleichbleibende Umsatzrendite. – So blicken wir positiv auf 2014 und werden uns auch in Zukunft mit individueller Qualität, Kundennähe und Innovation im Wettbewerb durchsetzen.“

Inhalte aus der freien Rede der Aktionärin Beate Sander:

Unser familiengeführtes Traditionsunternehmen hat in seiner mehr als 100-jährigen Geschichte selbst die schwersten Krisen erfolgreich gemeistert, seien es die Hyperinflation in der Weimarer Republik – die Machtergreifung der Nazis 1933 – der Weltkriegsausbruch – die bedingungslose Kapitulation – die problembehafteten Nachkriegsjahre – die Weltwirtschaftskrise 2008/2009 – der *Kernkraftgau in Japan* – das noch längst nicht überwundene Überschuldungsszenario zahlreicher südeuropäischer Staaten und der USA – Währungsturbulenzen – ganz aktuell die Krimkrise mit dem Ost/West-Konflikt.

Dazwischen liegen aber auch die für UZIN UTZ erfolgreichen Meilensteine wie die Börsennotierung 1997 – die Erweiterung der Produktpalette auch um umweltfreundliche Erzeugnisse – zahlreiche Übernahmen, um Marken zu etablieren und die Beteiligungsstruktur auszubauen – fortschreitende Internationalisierung – Ausbau eines tragfähigen Geschäftsmodells in einer zukunftssträchtigen Marktnische – Installation **BOP**, das innovative Online-Bodenportal – die neue Marke **LANIOR** vom Boden zur Wand. Und dies alles wird unterfüttert durch eine intakte Unternehmenskultur, Nachhaltigkeit, Substanzkraft und seriöser Bilanzierung. In einer von Konjunkturschwäche geprägten Weltwirtschaftslage ist es alles andere als einfach, den Umsatz binnen eines Jahres um rund 10 Mio. Euro bzw. knapp 5 % zu steigern. Und richtig gut läuft es bei den druckfrischen Ergebnissen zum 1. Quartal 2014: Wer kann schon mit 17,9 % Anstieg beim Konzernergebnis vor Zinsen und Steuern bzw. 2,95 Mio. auf 3,5 Mio. Euro aufwarten? Unsere Aktie bewegt sich zwar nicht explosionsartig nach oben, aber stetig und notiert aktuell bei 25 €. Selbst die attraktive Ausschüttung von 0,80 € mit einer Dividendenrendite von knapp 4 % ändert daran wenig. Und dies, obwohl das beliebte Sparbuch eine schleichende Kapitalvernichtung darstellt und gute Aktien die richtige Alternative zum Verlustsparen sind. Bezüglich Aktienanlage ist Deutschland ein Angsthasenvolk. Wer sein Geld mit gutem Gewissen anlegen will, ist bei UZIN UTZ „bodenrichtig“. Erinnerung sei an den Lösemittelausstieg, die nachhaltige, umweltfreundliche Unternehmenspolitik und das gesellschaftliche Engagement.

Mein Gedicht zu Ehren von Management/Mitarbeitern UZIN UTZ

Wer ein Jahrhundert und mehr übersteht
Und eine echte Erfolgsstory sät,
Wer wie UZIN UTZ inhabergeführt,
den Bodenbereich gekonnt aufspürt:
Auf diese AG können wir bauen,
verdient Respekt und auch Vertrauen.
Weimarer Republik: Hyperinflation,
zum Kriegsschluss noch die Kapitulation.
Riesige Not in der Nachkriegszeit.
Der Weg zum Erfolg war steil und weit.
Ab 2008 die Weltwirtschaftskrise,
schlechte Zahlen, Stimmung miese.
Danach in Japan der Kernkraftgau,
Wirtschaftswachstum überall mau.
Und jetzt das Schuldenszenario.
Knallhartes Sparen macht nicht froh.
UZIN UTZ hat die Krisen gemeistert.
Innovativ werden Böden verkleistert.
UZIN UTZ macht, was Handwerker lieben.
Entwickelt Marken, jetzt ihrer sieben.

Weg mit dem alten Bodenbelag,
Hier ist **WOLFF** bullenstark.
Pflege und Reinigung bringt voran
Der Versiegelungsexperte **PALLMANN**.
Bodendesign auf hohem Niveau,
dies bietet die Marke **ARTURO**.
Will ich Naturstein als Untergrund
CODEX erweist sich als Super-Pfund.
Ist langer Werterhalt gefragt,
hat **RZ** noch nie versagt.
Beratungsdienstleister **UFLOOR**
schießt zum Glück kein Eigentor.
Mit **LANIOR** nun vom Boden zu Wand.
Mein Wunsch: Die Marke läuft rasant.
Hinzu kommen die tüchtigen Mitarbeiter
Für den Erfolg die Wegbereiter.

**Kennziffern Uzin Utz AG (ISIN: DE000 755150 9, WKN: 755 150),
Auswertung Datendatei BÖRSE ONLINE, Dienstag, 13. Mai 2014**

Branche: Bauzulieferer: Neuverlegung, Renovierung, Werterhaltung und Oberflächenveredelung von Bodenbelägen; Systemanbieter für Handwerker

Kurzanalyse: 2007 notierte die Aktie schon einmal bei 35 Euro, um im Zuge der Weltwirtschaftskrise bis auf 14 Euro abzustürzen. 2011 folgte eine Erholung bis auf 26 Euro, um danach in einen lang gezogenen Seitwärtstrend einzuschwenken. Derzeit dümpelt die Aktie in einer Spanne zwischen 22,50 € und 24,50 € dahin und verharret trotz ansehnlicher Dividendenrendite von knapp 4 % im Dornröschenschlaf.

Struktur: Familienunternehmen (Enkel des Firmengründers: CEO Dr. H. W. Utz)

Börsenlisting: General Standard, Deutsche Börse AG

Erstnotiz: Oktober 1997, Ausgabepreis: 23 €

Streubesitz: 19 %

Börsenwert: 122,50 Mio. €

Eigenkapitalquote: ca. 56 %

Kurs am 13. Mai 2014: 25,20 Mio. €

Kurs-Buch-Verhältnis (KBV) je Aktie: 1,17 (je niedriger, umso günstiger)

Kurs-Umsatz-Verhältnis (KUV): 0,56 pro Aktie (je niedriger, umso günstiger)

Kurs-Gewinn-Verhältnis (KGV): 11,3 für 2013, 10,4 für 2014 (e), 11,0 für 2015(e)

Ergebnis je Aktie: 2012: 1,88 €, 2013: 1,99 €, 2014(e): 2,01 €, 2015(e): 2,15 €

52-Wochen-Hoch/Tief: 26,00 €, 19,95 €

Kursverlauf: ¼ J.: +6 %, ½ J.: +16 %, 1 J.: +21 %, 3 J.: -4 %, 5 J.: +66 %

Dividende für 2012 und 2013: 0,80 €

Dividendenrendite: ca. 3,6 %

Vorstand: CEO Dr. H. Werner Utz

CFO: Thomas Müllerschön

E-Mail: Thomas.muellerschoen@uzin-utz.com

Investor Relations: Sandra Ruf

E-Mail: sandra.ruf@uzin-utz.com

Internet: www.uzin-utz.de

Anschrift: UZIN UTZ AG, Dieselstraße 3, 89079 Ulm

Meine vier Fragen an den Vorstand

- 1. Die UZIN UTZ Gruppe hat sich mit zahlreichen Beteiligungen im In- und Ausland ein attraktives Produktportfolio mit der Kernkompetenz Boden aufgebaut. Haben Sie eine weitere Übernahme im Visier mit einer passenden Marke?**

Antwort: Unsere achte Marke im Portfolio – Lavanior für kreative Wandgestaltung – ist bereits in diesem Jahr an den Markt gegangen. Mit ihr bringen wir unsere Kompetenz und unser Know-how vom Boden an die Wand. Aktuell sind keine Übernahmen geplant. Wir schließen diese jedoch in Zukunft nicht aus, wenn sie uns helfen, unsere ambitionierten Wachstumsziele zu erreichen bzw. unsere Marktposition zu festigen und weiter auszubauen.

- 2. Die Lebenserwartung steigt weiter: in Deutschland im Schnitt pro Tag um 6 Stunden, pro Jahr um 3 Monate, pro Jahrzehnt um 2,5 Jahre. Ein Mädchen, das heute geboren wird, dürfte seinen 100. Geburtstag feiern. Der demografische Faktor wird auch Ihre Strategie wie soziale Durchmischung von jung/alt am Arbeitsplatz, Gesunderhaltung, Fitness, Stressabbau, Vereinbarkeit von Beruf und Familie beeinflussen. Was leisten Sie hier? Wie begegnen Sie dem Burn-out-Syndrom, Depressionen und anderen psychischen Leiden, die stetig ansteigen und pro Fall im Schnitt 34 Fehltage verursachen? Wie sieht es mit meiner Zukunftsinnovation aus? „Wir sind Boden und machen ihn künftig unfallsicher!“**

Antwort: Unternehmenserfolg setzt motivierte und leistungsfähige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter voraus. Deshalb spielt unsere interne Akademie HORIZONTE zur individuellen Weiterbildung in unseren Überlegungen eine wesentliche Rolle. Sie bildet das Fundament für eine nachhaltige Personalentwicklung und bietet einen umfassenden Fort- und Weiterbildungskatalog von der physischen, psychischen und sozialen Gesundheit bis hin zu Sprach- oder Kochkursen. Ziel ist es, die einzelne Person in ihrer individuellen Gesundheit und Leistungskraft zu unterstützen. Das Ulmer „Horizonte“Angebot wurde auf weitere Gesellschaften und Standorte ausgerollt. Die Kurse werden zum Teil auch von unserer Belegschaft selbst angeboten und durchgeführt.

Zusätzlich gibt es im Zuge des Gesundheitsmanagements einen jährlich stattfindenden Gesundheitstag, an dem verschiedene Untersuchungen, Vorträge und Workshop angeboten werden. Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels wird auch Teilzeit-Arbeit immer wichtiger. In bestimmten Lebenslagen, wie Elternschaft oder Pflege der eigenen Eltern, ist es wichtig, sein Berufsleben flexibler gestalten zu können.

- Wir lassen unsere Mitarbeiter mit diesen Belastungen nicht allein. Wir bieten hier verschiedene Modelle an, die mit der entsprechenden Lebenssituation und der Arbeitsplatz-tätigkeit vereinbar sind.

3. *Ich bin kein Freund starrer Frauenquoten. Frauenförderung: unbedingt ja! Zwingende Quote: entschieden nein! Die Kompetenzen müssen sich ergänzen, miteinander harmonieren. Im Aufsichtsrat lassen sich gesetzliche Regelungen eher erfüllen. Aber es wäre ein Fiasko, im Vorstand an Quoten gebunden zu sein. Aktivität „rund um den Boden“, körperlich anstrengende handwerkliche Arbeit gehört nicht zu den klassischen Frauenberufen. Wie reagieren Sie auf die Forderungen der Politik? Umgekehrt, was tun Sie, um auch Frauen für die „Arbeit rund um Böden“ zu motivieren und zu Führungskräften zu formen?*

Antwort: Da auch wir im Vorstand keine Freunde unsinniger Quoten sind, haben wir zum 100-jährigen Jubiläum 2011 die Veranstaltungsreihe „**Frauen in Führung**“ ins Leben gerufen. Der Kerngedanke ist, dass Frauen „anders“ führen als Männer und in dieser Hinsicht spezifisch von uns durch verschiedene Maßnahmen, wie Workshops oder Coachings über drei Jahre gefördert wurden. Es wäre jedoch grundsätzlich absurd, das Potenzial qualifizierter Frauen bzw. Mitarbeiterinnen ungenutzt zu lassen.

4. *Was war in letzter Zeit Ihre größte Sorge? Was löste bei Ihnen Freude aus? Worin erblicken Sie Ihre größten Herausforderungen, verbunden mit Zukunftschancen? Und wie sieht Ihre Vision für die nächsten drei bis fünf Jahre aus?*

Antwort: Sorgen belasten mich nicht. Allerdings bin ich mir durchaus bewusst, dass wir in einer Zeit leben, in der alles sehr volatil ist und es wenig Sicherheit gibt. Wie ich in meiner Rede erwähnt habe, verschaffen uns aber unsere Mitarbeiter durchaus Sicherheit, die sich in ihrer Motivation und ihrem Know-how ausdrückt. Darüber freue ich mich immer wieder ganz besonders. Denn nicht nur, wohin ein Weg führt, sondern auch, mit wem man ihn geht, ist entscheidend. Ein Highlight möchte ich in Sachen Begeisterung noch hervorheben: Das ist BOP. Ein spannendes Feld, und ich bin sehr zuversichtlich, dass wir im Online-Vertrieb erfolgreich sein werden.

- Potenzialausschöpfung, Internationalisierung, Konzentration auf Fokuskländer und dadurch Verdoppelung des Umsatzes sind unsere bereits erwähnten nächsten Meilensteine.

Beate Sander *KREATIVTEXT*

Börsenbuchautorin, Finanzjournalistin und Dozentin

☎ 0731-26 59 96, Pommernweg 55, 89075 Ulm

E-Mail: Beate.S.Sander@t-online.de

Beate Sander: „NEUE BÖRSENSTRATEGIEN FÜR PRIVATANLEGER – Richtig handeln in jeder Marktsituation“, FinanzBuch Verlag

Komplette Neubearbeitung des Klassik-Bestsellers, 486 S., erschienen im Spätherbst 2010, Nachdruck, 2. Auflage: August 2011, 30 Euro

Beate Sander: „GOLD – SILBER – PLATIN – Diamanten“. Mehr Sicherheit in unruhigen Zeiten“

FinanzBuch Verlag, Zweifarbendruck, schöne, lesefreundliche, bebilderte Ausstattung, druckfrisch, 2. Auflage, Ende März 2013, 290 S., 25 Euro

Beate Sander: „Der Aktien- und Börsenführerschein“, 6. Auflage, 2013

Der Klassik-Bestseller in 6. komplett neu bearbeiteter und erweiterter Auflage, Mitte Juli 2013 erschienen; 272 S., reich bebildert, Großformat, Mehrfarbendruck, Leistungstests mit Lösungen, Prüfung und Zertifikat/Urkunde, 30 €

Beate Sander: „Der Ball muss ins Tor“ – Was Fußball, Börse und Aktien vereint und spannend macht“

Erschienen im Frühsommer 2012 im FinanzBuch Verlag, Bestellung bei mir möglich, Zweifarbendruck, 352 Seiten, Preis 25,00 €, lieferbar ab sofort

Beate Sander: „Warum ich das Singen und Lachen verlernte – ein biografischer Roman gespannt über eine Brücke von 75 Jahren“

Zum Jahresende 2012 erschienen: Athene Media Verlag, Hardcover, gebunden, 300 Seiten, Preis 25 €, Bestellung bei mir möglich, mit persönlicher Widmung oder Signatur; Beate.S.Sander@t-online.de

Ankündigung für 1. Juni 2014: Prof. Dr. Jürgen Hannemann – Beate Sander: „Die gesunde Geldanlage – mit Biotech, Medtech und Pharma erfolgreich an der Börse investieren“

Münchener Verlagsgruppe, FinanzBuch Verlag (FVB), gebundene Ausgabe, größeres Format, beste Ausstattung, 288 S., 30 €; Vorbestellung möglich, gern mit Signatur oder Widmung
