

UZIN UTZ HV: Der Ulmer Fußbodenspezialist gestaltet das Jahr Eins nach dem 100-jährigen Jubiläum überaus erfolgreich: Mehr Umsatz, Ertrag, Eigenkapital und Dividende, weniger Schulden.

UZIN UTZ blickt auf eine über 100-jährige Geschichte zurück:

„Wir sind der Boden! Denn jede unserer Konzernaktivitäten baut unsere Kompetenz in punkto Boden aus!“

UZIN UTZ 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 aus der Münsterstadt Ulm seit über 30 Jahren erfolgreich an der Entwicklung bodengesunder Produkte. Die Philosophie des Unternehmens gründet auf den sechs Säulen Verlässlichkeit – Perspektiven – Balance – Wertschätzung – Internationalität – Dynamik und mündet in der Personalstrategie: *„Alles, was dir wichtig ist!“*

Dazu ein Zitat von Finanzvorstand Thomas Müllerschön *„Wir konnten im unverändert harten und sehr herausfordernden Wettbewerb Marktanteile ausbauen und unsere Position als internationaler Marktführer und Komplettanbieter im Bereich Boden forcieren. Und wir haben die Weichen für weitere Verbesserungen in den folgenden Jahren gestellt. Denn unseren Führungsanspruch wollen wir ausbauen unter dem Leitwort „Reflexion und Vision“.*

UZIN UTZ stellt sich im Geschäftsbericht 2012 kurz vor:

„Stetiger Wandel bei nachhaltiger Entwicklung – damit lässt sich am besten beschreiben, was 1911 begann und heute die UZIN UTZ AG ausmacht: In über 100 Jahren entwickelte sich aus einem kleinen regionalen Klebstoffhersteller der weltweit einzige Komplettanbieter in Sachen Bodenkompetenz. Mit den sieben Marken UZIN, Wolff, Pallmann, Arturo, codex, RZ und UFLOOR Systems bietet die UZIN UTZ AG ein umfassendes Sortiment an Produkten, Systemen und Dienstleistungen rund um die Neuverlegung, Renovierung und Werthaltung von Bodenbelägen aller Art, Parkett, keramischen Fliesen und Naturstein – allesamt aus eigener Entwicklung und Produktion. Das Unternehmen verfügt auf den wichtigsten Märkten rund um den Globus über eigene Gesellschaften und ist neben Deutschland in 46 weiteren Ländern vertreten. Die klare Fokussierung der Unternehmensgruppe auf die Kernkompetenz Boden ist dabei weltweit einzigartig. Auf diese Weise stellt sich die UZIN UTZ AG erfolgreich und auf internationalem Niveau den Anforderungen einer globalisierten Wirtschaft.“

„Kein Gewinn ohne Sinn“ lautet die Zielsetzung von UTZIN UTZ

„Umwelt und Gesellschaft spielen für uns bei unternehmerischen Entscheidungen eine tragende Rolle.“

Dr. H. Werner Utz, Vorstandsvorsitzender

„Deshalb gibt es für uns keine Gewinnstrategie, ohne fortwährende und gelebte Nachhaltigkeit“

Thomas Müllerschön, Finanzvorstand

Große Herausforderungen, große Resonanzen: Aus dem Brief des Firmenchefs D. H. Werner Utz, Geschäftsbericht 2012

„Im Rückblick auf das anspruchsvolle Geschäftsjahr 2012 gibt es von uns viel Positives zu berichten, obwohl sich nicht nur europäische Unternehmen großen Herausforderungen stellen mussten. Trotz der anhaltend volatilen Wirtschafts- und Finanzmärkte konnte die UZIN UTZ AG ihren Branchenvorsprung ausbauen und durchwegs ordentliche Zahlen erwirtschaften. So lag der Umsatz im Konzern 4,1 % höher als im 100-jährigen Jubiläumsjahr 2012. Darüber hinaus konnte das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von 12 Mio. auf 13,5 Mio. € verbessert werden – eine Zunahme von 12,6 %. Einen weiteren Anlass zur Freude bietet der Anstieg der Neuheitsquote in der AG von 58,8 % auf 62,5 %, welche die Rekordmarke des Vorjahres übertragt und somit weit über dem branchenüblichen Durchschnitt liegt.“

Den Schlüssel zum Erfolg von UZIN UTZ bilden folgende Stärken

- Diversifizierte Aufstellung
- Nutzung der gesamten Wertschöpfungskette rund um die 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

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 diversifiziert weiter das Geschäftsmodell durch Produkte zur Oberflächenveredelung.
- 2005:** Die AG integriert ihre hochentwickelte Trockenklebe-Technologie.
- 2006:** UZIN UTZ führt die Dachmarke „UFLOOR Systems“ ein.
- 2008:** Der Konzern vervollständigt sein Produktportfolio 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 einem zuversichtlichen Ausblick, aber reduziert die reguläre Dividende von 0,80 Euro auf 0,75 Euro. Auch nach dem 100-jährigen Jubiläum gibt es kein gemütliches Zurücklehnen und Ausruhen auf den Lorbeeren, sondern das Bekenntnis und der Aufruf: *„Wir sind der Boden und bauen unsere Kompetenzen aus!“*

Die glänzenden Finanzaufgaben von UZIN UTZ sprechen für sich

UZIN UTZ Finanzaufgaben von 2012 gegenüber 2011 und 2010			
Finanz-/Ertragsdaten IFRS	Jahr 2012	Jahr 2011	Jahr 2010
Umsatzerlöse	207,3 Mio. €	199,2 Mio. €	184,2 Mio. €
Umsatzzuwachs	+4,1 %	+8,1 %	+7,0 %
Ergebnis Geschäftstätigkeit	13,5 Mio. €	12,0 Mio. €	14,4 Mio. €
Konzern-Jahresüberschuss	9,5 Mio. €	9,0 Mio. €	9,6 Mio. €
Abschreibungen	6,8 Mio. €	7,0 Mio. €	5,6 Mio. €
Investitionen	16,3 Mio. €	9,6 Mio. €	6,9 Mio. €
Forderungen Lieferung/Leistung	21,4 Mio. €	23,3 Mio. €	25,7 Mio. €
Vorräte	28,4 Mio. €	27,9 Mio. €	25,3 Mio. €
Operativer Cashflow	17,7 Mio. €	12,5 Mio. €	14,3 Mio. €
Anlagevermögen	109,7 Mio. €	100,0 Mio. €	95,5 Mio. €
Kurz- und langfristige Schulden	74,1 Mio. €	75,8 Mio. €	90,1 Mio. €
Eigenkapital	104,1 Mio. €	97,7 Mio. €	77,1 Mio. €
Mitarbeiter (Durchschnitt)	919	879	841
Dividende je Aktie	0,80 €	0,75 €	1,00 €
Jahresüberschuss je Aktie	1,88 €	1,78 €	2,27 €
Bilanzsumme	173,6 Mio. €	173,6 Mio. €	167,3 Mio. €

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. Seit 60 Jahren gilt die etablierte Traditionsmarke als Inbegriff für professionelles Verarbeitungs-Know-how rund um den Boden. Die Marke UZIN hat den kompletten Lösemittelausstieg in Deutschland vollzogen.
WOLFF	Umfassendes Sortiment an Maschinen und Werkzeugen für die Verlegung und Renovierung von Böden. WOLFF ist international als Spezialist in diesem Segment etabliert und bietet für jede Problemstellung bei der Bodenverlegung oder -renovierung die richtigen Lösungen an.
PALLMANN	Ein großes Sortiment von Versiegelungen über Öl-Wachs-Systeme bis hin zu innovativen Pflege- und Reinigungsprodukten. „Von der Wurzel bis zur Krone.“ So fasst PALLMANN die Palette rund um die Neuverlegung, Sanierung und Werterhaltung von Parkettböden zusammen.
ARTURO	Neuartige aus Kunstharz gefertigte flüssige Konzepte, auch für Designerböden interessant und nachgefragt. ARTURO bietet eine große Auswahl an Mörtelböden, Steintepichen, Verlaufbeschichtungen und Versiegelungen. Attraktives Bodendesign für höchste Beanspruchung auf alltagstauglichem Qualitäts- und Verarbeitungsniveau: Dafür steht ARTURO.
CODEX	Untergrundvorbereitung, Verlegung und Verfugung von echten Fliesen und Natursteinen bis hin zu dekorativen Wandspachtelmassen. In der leistungsstarken Netzwerkmarke finden sich unterschiedliche Anforderungen und Bedürfnisse speziell von Fliesen- und Natursteinlegern vereint.
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. Der Spezialist für Reinigungs- und Pflegesysteme bietet ein umfassendes Sortiment für professionelle Pflege und Werthaltung aller Arten von Bodenbelägen.
UFLOOR Systems	Ein Vollsortiment zukunftsweisender Erzeugnisse zur Lackierung und Veredelung von Oberflächen. Die Bodenkompetenzmarke von UZIN UTZ steht für Beratungsdienstleistungen rund um kreative Lösungen für die Neuverlegung, Werterhaltung und Renovierung von Bodenbelägen aller Art. UFLOOR Systems ist weltweit die einzige Marke, die Architekten, Bauplaner und Bauherren bei allen Fragen umfassend berät und für unterschiedlichste Kundenbedürfnisse maßgeschneiderte Lösungen anbietet.
<p style="text-align: center;">Die sieben Marken von UZIN UTZ gewährleisten: Wertorientierung mit Verantwortung – Krisenfestigkeit und Stabilität – Wachstum mit Geduld – Know-how, innovative Kraft und Mehrwert</p>	

Presse-Auszüge vom 16./17. April 2013 zu den Geschäftszahlen

Ulm, 16. April 2013: börsenNEWS.de: UZIN UTZ mit Rekordumsatz

„Der Bauchemiespezialist UZIN UTZ profitiert weiter von der positiven Entwicklung in der Bauwirtschaft. Der Hersteller von Klebstoffen für Bodenbeläge steigerte seinen Gewinn im vergangenen Jahr von 12 Mio. auf 13,5 Mio. Euro. Der Umsatz kletterte um 4 % auf rund 207 Mio. Euro – ein neuer Bestwert. Die Geschäftsführung geht davon aus, dass die Baubranche auch 2013 vor allem in Deutschland und Westeuropa weiter wächst. Davon verspricht sich UZIN UTZ auch im laufenden Geschäftsjahr positive Effekte.“

Ulm, 17. April 2013: SÜDWEST PRESSE: UZIN UTZ erzielt 2012 mehr Gewinn. Die UZIN UTZ AG aus Ulm hat mit ihrem Konzernumsatz die 200 Mio.-Euro-Marke überschritten. Der Bauchemie-Spezialist erzielte 2012 einen Umsatz von 207,3 Mio. Euro – somit ein Plus von 4 %.

„Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit wurde ebenfalls verbessert, und zwar um 12,6 % auf 13,5 Mio. Euro. Die Zahl der Mitarbeiter stieg um 40 auf 919. Die Dividende beläuft sich auf 80 Cent nach 75 Cent im Vorjahr trotz flauer Konjunktur im verarbeitenden Gewerbe. Umso optimistischer ist der Blick in die Zukunft. Stand heute geben wir für 2013 und 2014 – getragen von der sich erholenden konjunkturellen Entwicklung – von zwei weiteren erfolgreichen Geschäftsjahren aus“, erklärte Vorstandsmitglied Thomas Müllerschön. Der nachhaltig ausgerichtete Konzern plant, im laufenden Jahr 30,9 Mio. Euro zu investieren – in neue Produktionsstätten und Technologien.“

Ulm, 17. April 2013: Augsburg Allgemeine: UZIN UTZ setzt auf Nachhaltigkeit. Der Bauchemie-Hersteller hat bei Umsatz und Gewinn zugelegt. Investitionen am Standort Ulm sind geplant.

„Als anspruchsvoll, aber erfolgreich, beschreibt Thomas Müllerschön, Finanzvorstand das Jahr 2012. UZIN UTZ, Hersteller für Spezialchemikalien und Maschinen für die Bodenbearbeitung, ist das einzige börsennotierte Unternehmen der Region. Die UZIN UTZ Gruppe verzeichnet erneut einen Rekordumsatz. Mit 207,3 Mio. Euro liegt der Umsatz 2012 um 4 % höher als im Vorjahr. Dabei wurde ein Jahresüberschuss von 9,5 Mio. Euro erwirtschaftet. Das sind 5,3 % mehr als 2011. Der Auslandsanteil ist mit 54,5 % knapp über Vorjahresniveau. Die Umsätze in Deutschland stiegen von 91,3 auf 94,3 Mio. Euro.

Als Basis für den Erfolg sieht Müllerschön die besondere Leidenschaft und den Zusammenhalt im Konzern. „Unsere Erfolge sind ohne unsere Mitarbeiter nicht möglich“, erklärt er. Und auch hier ist UZIN UTZ gewachsen. Die Anzahl der Arbeitnehmer stieg von 914 auf 953, darunter 35 Auszubildende. In Ulm sind es mittlerweile circa 341 Mitarbeiter plus 27 Auszubildende. Im Fokus steht 2013 aber nicht nur das Wachstum, sondern die Nachhaltigkeit. „Das ist für uns ein ganz wichtiges Thema. Wir stehen auch hier wieder an vorderster Front und wollen die Branche in die Zukunft führen“, sagt Werner Utz, Vorstandsvorsitzender. UZIN UTZ hat ein Handwerkerbuch herausgebracht, ein eigenes Produktbewertungssystem eingeführt und die neue CO₂-einsparende Produktlinie TERRA entwickelt. Müllerschön geht aufgrund der sich langsam erholenden Konjunktur für 2013 und 2014 von zwei weiteren erfolgreichen Geschäftsjahren aus.“

Die druckfrische Information vom 14. Mai 2013: Zwischenmitteilung zum 1. Quartal 2013 in Auszügen

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen. Die anhaltend frostigen Temperaturen belasteten verständlicherweise das Baugewerbe im 1. Quartal 2013. Trotz dieser ungünstigen Witterungsbedingungen erzielte UZIN UTZ ein leichtes Umsatzplus. Dabei wurden relativ stabile Rohstoffpreise verbucht. Die künftigen Entwicklungen im Baugewerbe sind auch bei witterungsabhängigen Anpassungen auf hohem Niveau einzuordnen. Die Handwerkskonjunktur gilt als stabil. Und der Bedarf an Fachkräften wächst. Der Wohnungsbau wird erneut als Haupttreiber für Umsatzsteigerungen dieser Branche eingeschätzt. Jedoch bleibt die Finanz- und Schuldenkrise als Unsicherheitsfaktor bestehen.

- **Der Konzernumsatz** belief sich im 1. Quartal 2013 auf rund 51,4 Mio. Euro und stieg somit um 0,9 % gegenüber der Vorjahresvergleichsperiode mit 51,0 Mio. Euro.
- Dagegen ging **das Ergebnis vor Steuern** um 13,2 % von 3,0 auf 2,6 Mio. Euro zurück, während sich **das Konzernergebnis nach Steuern** mit aktuell 1,7 Mio. gegenüber 2,1 Mio. Euro im Vorjahresvergleich um 21,2 % verringerte.

Ausblick. Die UZIN UTZ AG hält weiterhin an der Prognose für das Jahr 2013 fest, die Umsatzerlöse und das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit zu steigern. Infolge der strategischen Ausrichtung mit Konzentration auf: Kernkunden, Kernkompetenz, Kernnutzen und Kernmarkt sieht sich die UZIN UTZ AG gut aufgestellt.

Die HV-Tagesordnung in Stichpunkten:

TOP 1: Vorlage des Jahresabschlusses für 2012

TOP 2: Verwendung des Bilanzgewinns: Ausschüttung einer Dividende von je 0,80 € = 4.030.993,60 €; Gewinnvortrag auf neue Rechnung: 10.860.171,20 €; Bilanzgewinn: 14.891.164,80 € (99,99 % Ja-Stimmen)

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

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

TOP 5: Wahl von Aufsichtsratsmitgliedern (99,99 % Ja-Stimmen)

5 a): Herr Frank Dreisörner (99,98 % Ja-Stimmen)

5 b) Herr Paul Herrmann Bauder (100,00 % Ja-Stimmen)

5 c) Herr Dr. Rainer Kögel (99,99 % Ja-Stimmen)

TOP 6: Anpassung der Vergütung des Aufsichtsrates (99,27 % Ja-Stimmen)

TOP 7: Wahl des Abschlussprüfers für 2013 (100,00 % Ja-Stimmen)

TOP 8: Billigung des Systems zur Vorstandsvergütung (96,10 % Ja-Stimmen)

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 Leitbildern, 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 900 Beschäftigten ein attraktiver Arbeitgeber zu sein.

Auszüge 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 einem erfreulichen Zahlenwerk und Ausblick. Dazu einige Auszüge aus dem verfügbaren ausgedruckten Text:

Einführung: Für das Können gibt es nur einen Beweis: das Tun

*„Das Geschäftsjahr 2012 war wieder ein Jahr voller Tatkraft, in dem wir viel erreicht haben. Ich will Ihnen nur einige Beispiele nennen, um nicht den zeitlichen Rahmen zu sprengen. Alle Entscheidungen beruhen auf unseren drei Zieldimensionen **Ökonomie, Soziales und Ökologie.**“*

Zur Dimension Ökonomie

„2012 war kein einfaches Jahr. Dennoch präsentieren wir Ihnen erneut gute Zahlen:

- *Ein neuer Rekordumsatz,*
- *ein verbessertes Ergebnis,*
- *ein Ausbau des Branchenvorsprungs,*
- *eine Rekord-Neuheitsquote ,*
- *und – was mich besonders freut – noch nie hatten wir so viele Bewerber.“*

Zu den Säulen Ökologie und Soziales

*„Auch hier waren wir 2012 schon vorn – z. B. bei der Entwicklung und Produktion umwelt- und gesundheitsverträglicher Produkte. Seit 2009 wurden 29 Produkte der Marken Uzin und Pallmann mit dem Umweltsiegel **„Der Blaue Engel“** ausgezeichnet. 21 Artikel aus dem codex-Sortiment sind nach EC1 Plus zertifiziert.*

Auf den Punkt gebracht: Wir wollen profitabler Marktführer mit Schwerpunkt auf Kunde und Qualität, Innovation und Top-Arbeitgeber sein.“

Unsere Erfolgsfaktoren

„Unsere grundlegenden Stärken sind:

- *Unsere diversifizierte Aufstellung,*
- *unsere Abbildung der gesamten Wertschöpfungskette rund um die Bodenbearbeitung,*
- *unsere Präsenz auf internationalen Märkten,*
- *unsere besondere Kundennähe,*
- *unser straffes Marketing und unser Vertrieb,*
- *unsere gefragten, qualitativ hochwertigen Produkte,*
- *und nicht zuletzt unsere Unternehmenskultur und der Teamgeist unserer motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.“*

Ausblick und Schlussgedanken

„Die Fortschritte, die wir 2012 gemacht haben, sind groß. Die Herausforderungen, die 2013 auf uns zukommen, sind es ebenfalls. Die Großwetterlage ist aktuell geprägt von unvorhersehbaren Tiefs. Deshalb ist es wichtig, ein verlässliches Barometer zu haben. Bei uns sind es 2013 drei strategische Hauptlinien: Wachstum, Rentabilität und Prozesse. Im Rahmen unserer Wachstumsstrategie werden wir weltweit unsere Präsenz erhöhen und die Chancen auf den internationalen Märkten konsequent nutzen. Dies erfordert vor allem Investitionen in Produktionsstätten vor Ort.

***Auf den Punkt gebracht:** Wir sind entschlossen, uns im Wettbewerb auch in Zukunft an der Spitze zu positionieren. Und wir wollen den Weg in Richtung Erfolg, das heißt, in eine erfolgreiche Zukunft unseres nachhaltig profitablen Wachstums konsequent weiter gehen. Dazu sind wir auch im 102. Jahr unseres Bestehens gut aufgestellt. Denn unser Wachstum steht auf soliden Fundamenten: Es stützt sich weltweit auf knapp 1.000 motivierte und qualifizierte Mitarbeiterinnen, Mitarbeiter und Führungskräfte sowie auf unsere gebündelte Bodenexpertise mit innovativen Produkten aus einer Hand.*

Inhalte aus der freien Rede der Aktionärin Beate Sander:

Wer wie UZIN UTZ ein ganzes Jahrhundert überlebt hat, musste schwerste Krisen meistern: Hyperinflation in der Weimarer Republik – harte Rahmenbedingungen in den ersten Geschäftsjahren – Machtergreifung der Nazis 1933 – Kriegsausbruch – Zusammenbruch – bedingungslose Kapitulation – schwierige Nachkriegsjahre – Börsennotierung 1997 – Erweiterung der Produktpalette – Übernahmen, um Marken aufzubauen – fortschreitende Internationalisierung – tragfähiges, zukunftsträchtiges Geschäftsmodell.

Nach den Leitrichtlinien für 2011: *„Zukunft unter uns – Wir sind Boden“* und für 2012: *„Reflexion und Vision“* heißt es heute: *„Nachhaltigkeit fördern – kein Gewinn ohne Sinn – Boden gewinnen mit uns!“* Unser Unternehmen hat im Jahr Eins nach dem hundertjährigen Jubiläum Rekordzahlen vorgelegt. Jeden begeistert das.

Nur unsere Aktie lässt dies kalt. Sie dümpelt dahin wie schon letztes Jahr in einer Bandbreite zwischen 19 und 21 Euro. Zeit, die Aktie aus dem Dornröschenschlaf zu wecken, sie durch noch mehr Kommunikation bekannt zu machen. Auch die Ulmer sollten endlich erkennen, dass mit dem Sparkonto eine schleichende Kapitalvernichtung stattfindet, und gute Aktien die beste und richtige Alternative zum Verlustsparen sind. Dies gilt vor allem dann, wenn eine attraktive Ausschüttung winkt. Bei unserer Aktie sind es 80 Cent – also eine Dividendenrendite von 4,1 %. Das Sparbuch schafft dies erst in 4 bis 5 Jahren. Wer sein Geld mit gutem Gewissen anlegen will, ist bei UZIN UTZ „bodenrichtig“. Denken Sie an den kompletten Lösemittelausstieg, an die nachhaltige, umweltfreundliche Ausrichtung und das gesellschaftliche Engagement für Ulm!

Mein Gedicht zu Ehren von UZIN UTZ-

Wer in Ulm ist inhabergeführt?
Und als einziger börsennotiert?
Auf dem Buckel schon 100 Jahr?
UZIN UTZ – „boden“-klar!
*„Wir sind Boden. Unsere Vision:
Zukunft unter uns – Reflexion.“*
Wer ein Jahrhundert überlebt,
wahrlich nicht nur auf Wolken schwebt,
wird dabei auch krisenfest.
Meistert jeden schweren Test.
Nur die Aktie dümpelt dahin.
Und dies bei Vorjahrs-Rekordgewinn.
Tolle Marken – ihrer sieben,
bringen das, was Handwerker lieben.
UZIN als das Alpha-Tier.
Viel Kompetenz – das mögen wir!
Weg mit dem alten Bodenbelag,
Hier ist **WOLFF** richtig stark.
Die Werkzeuge und Boden-Maschinen
Sollen dem Handwerker bestmöglich dienen.
Von der Wurzel bis zur Krone
Untergrundvorbereitung ohne
PALLMANN? – Kann nicht sein.
Das große Sortiment lädt ein.
Bodendesign auf hohem Niveau
Hier passt die Marke **ARTURO**.
Geht es um den Untergrund
CODEX zählt zum Markenverbund.
Ob Naturstein, ob echte Fliesen:
Viel Qualität – längst bewiesen!

Neuzugang **RZ** präsentiert
Bodenpflege ganz routiniert.
Handwerker wollen beraten sein.
Also bringt sich **UFLOOR** ein.
Über 900 Mitarbeiter
Das sind die treuen Wegbereiter.
Ihnen gehört mein großer Dank,
dass vieles bei UZIN gut gelang.

**Kennziffern Uzin Utz AG (ISIN: DE000 755150 9, WKN: 755 150),
Auswertung Datendatei BÖRSE ONLINE, 14. Mai 2013**

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 unter 15 Euro abzustürzen. 2011 folgte eine Erholung bis auf gut 25 Euro, um danach in einen Seitwärtstrend einzuschwenken. Derzeit dümpelt die Aktie bei rund 20 Euro dahin. Diese Bandbreite zwischen 19 und 21 € galt schon vor einem Jahr. Trotz des Rekordergebnisses von 2012 verharrt die Aktie im Dornröschenschlaf.

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

Börsenlisting: General Standard, Deutsche Börse AG

Erstnotiz: Oktober 1997, Ausgabepreis: 23 €

Börsenwert: über 100 Mio. €

Umsatzrekord: 207 Mio. €

Streubesitz: 19 % (Familie Utz: 55 %)

Eigenkapitalquote: 58,4 %

Kurs-Buch-Verhältnis (KBV) je Aktie: 1,00 (je niedriger, umso günstiger)

Kurs-Umsatz-Verhältnis (KUV): 0,48 pro Aktie (je niedriger, umso günstiger)

Kurs-Gewinn-Verhältnis (KGV): 9,8 für 2013(e), 10,4 für 2013(e)

Ergebnis je Aktie: 2011: 1,78 €, 2012: 1,88 €, 2013(e): 2,01 €, 2014(e): 1,90 €

52-Wochen-Hoch/Tief: 20,80 €/18,90 €

Kursentwicklung 2011: -1,5 %

Kursentwicklung 2012: -1 %

Kursentwicklung 2013: +3 %

Kurs am 15. Mai 2013: 20,40 €

Dividende für 2011: 0,75 €

Dividende für 2012: 0,80 €

Dividendenrendite: ca. 4,1 %

Ausschüttungsquote: über 40 %

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 fünf Fragen an den Vorstand mit den HV-Antworten

- 1. Für den Fall, dass Sie eine Übernahme planen: Wie vermeiden Sie bereits im Vorfeld, dass nicht zueinander passende Firmenkulturen die geplanten Synergieeffekte zunichte machen? Dies geschieht bei Einverleibungen immerhin zu rund 50 %.**

Eine 100-prozentige Planbarkeit ist ausgeschlossen, da menschliches Verhalten grundsätzlich nicht berechenbar ist. Noch schwieriger wird es, wenn es um internationale Zusammenschlüsse mit unterschiedlichen Landeskulturen geht. Um die Prozesse zu stabilisieren, führen wir statt einer Due-Diligence-Prüfung eine Cultural Due Diligence-Prüfung durch. Idealerweise sollte sie parallel zu den Vertragsverhandlungen, zur Due-Diligence-Prüfung und zur Bewertung des Unternehmens verlaufen. Dabei ist es besonders hilfreich, den Wert des Unternehmens zu Beginn des Prozesses schriftlich zu dokumentieren und griffbereit abzulegen. Den Menschen der Tochterfirma geben wir zudem Sicherheit durch gelebte Unternehmenskultur und Kommunikation. In der Praxis heißt das, dass wir eine Führungskraft aus dem Mutterkonzern für einen längeren Zeitraum in das erworbene Unternehmen entsenden. Außerdem laden wir die Belegschaft des akquirierten Unternehmens schnellstmöglich in unsere Ulmer Unternehmenszentrale ein.

Hinzu kommen weitere Erfolgsbausteine: Wir begleiten Übernahmeprozesse durch umfassende interne Kommunikationsmaßnahmen, entwickeln eine gemeinsame Vision und gemeinsame Unternehmensleitlinien und kommunizieren diese. Zudem schaffen wir physische Treffpunkte – beispielsweise durch die Gründung gemeinsamer Arbeitsgruppen, durch Know-how Austausch, aber auch durch gemeinsame Firmenfeste etc.

- 2. Der demografische Faktor beeinflusst auch Ihre Unternehmensstrategie wie soziale Durchmischung von jung/alt am Arbeitsplatz, Gesunderhaltung, Fitness, Stressabbau, Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Was leisten Sie hier? Was halten Sie von Belegschaftsaktien, um UiU zu fördern, also Unternehmer im eigenen Unternehmen zu sein?**

Letztendlich reden wir hier von einem systematischen betrieblichen Gesundheitsmanagement, das wir in unserem Unternehmen vor einigen Jahren einführten. Hierbei ist es uns wichtig, neben der physischen Gesundheit unserer Mitarbeiter die psychische und soziale Gesundheit voran zu rücken.

Deshalb haben wir ein umfangreiches Weiterbildungsprogramm entwickelt, das neben klassischen Führungskräfte-seminaren und Workshops auch Gesundheitstage, Mentoring, Coaching und Sportprogramme umfasst. Ganz neu in diesem Jahr ist ein Sommerferienprogramm für Mitarbeiterkinder, um berufstätige Eltern ein wenig zu entlasten. – Zu Ihrem **UiU-Vorschlag** kann ich jetzt nichts aussagen, finde die Idee persönlich aber durchaus interessant.

3. Ich bin kein Freund von Frauenquoten. Frauenförderung: ja unbedingt! Starre Quote: entschieden nein! Die Kompetenzen müssen zueinander passen. Wie stehen Sie grundsätzlich zur Forderung starrer Frauenquoten in Aufsichtsrat und Vorstand? Arbeit „rund um den Boden“, körperlich anstrengende handwerkliche Arbeit gehört auch nicht gerade zu den klassischen Frauenberufen.

Wir haben uns ganz bewusst gegen eine Frauenquote bei der Uzin Utz AG entschieden, jedoch vor nunmehr zwei Jahren das Programm „**Frauen in Führung**“ ins Leben gerufen. Mit zahlreichen Workshops, Veranstaltungen, Projektarbeiten und Tandem-Partnerschaften helfen wir begabten weiblichen Mitarbeiterinnen, sich persönlich und beruflich weiter zu entwickeln. Vielleicht haben wir dann in ein paar Jahren Frauen in unserem Vorstand. Im Gegensatz zu starren Frauenquoten wollen wir die persönlichen Lebensumstände unserer Mitarbeiterinnen mit einbeziehen. – Für uns ist dies sehr wichtig, da wir viele Frauen zwischen Mitte 20 und Mitte 30 beschäftigen, die großes berufliches Potenzial haben, aber eben auch privat vor wichtigen Entscheidungen stehen.

4. Die Utz-Familie hält gut 55 % eigener Aktien. Es gibt einige Großaktionäre, so dass der Streubesitz mit rund 20 % ziemlich mickrig ist. Schützt Sie dies vor dem Einfall aussaugender Heuschrecken?

Nachdem wir uns voll auf Nachhaltigkeit konzentrieren, sollte auch bei dem wichtigen Punkt Eigentümerschaft dieses Thema selbstverständlich sein. Meine beiden Söhne sind bereits seit dem Jubiläumsjahr für uns tätig und begleiten damit als die vierte Generation das Unternehmen. Julian Utz hat den technischen Teil der Führung in der Niederlassung Vaihingen/Enz übernommen und begleitet den Neubau bzw. die Zusammenlegung der Marke WOLFF sowie der Hermann Frank GmbH an dem gemeinsamen baden-württembergischen Standort Ilsfeld. Philipp Utz ist nach einem erfolgreichen Auslandsaufenthalt bei der englischen Tochtergesellschaft in den USA aktiv. Er hat die Neugründung und Leitung der künftigen amerikanischen Produktionsgesellschaft übernommen. Aktuell suchen wir hier den bestmöglichen Standort – abhängig von Rohstoffvorkommen, Infrastruktur usw.

5. Worin erblicken Sie Ihre größten Herausforderungen, verbunden mit Zukunftschancen? Wie sieht Ihre Vision für die nächsten drei bis fünf Jahre aus?

Wir setzen auf unsere Stärken, um unseren künftigen Erfolg zu sichern. Den strategischen Rahmen bildet unsere Ausrichtung mit Konzentration auf die **4 K: Kernkunden, Kernkompetenz, Kernnutzen und Kernmarkt.**

Im Rahmen langfristiger Wachstumsstrategie treiben wir die internationale Expansion weiter voran. Wir verstärken das Bestreben, unsere Produkte in Amerika zu vertreiben, durch den Bau eines Produktionsstandortes. Gleichzeitig wollen wir den Absatz bestehender Marken erhöhen, um weniger abhängig von der Marke UZIN zu sein. Die Kernmärkte stellen weiterhin Westeuropa und Deutschland dar. Das Jahr 2013 wird für den Konzern von Investitionen geprägt sein. Die bereits erwähnten Projekte in den USA, am Standort Ilsfeld und in den Niederlanden stehen im Vordergrund.

Das Motto für 2013 lautet: Fokussierung auf Wachstum, Rentabilität und auf unsere Lieferanten bzw. Prozesse. Wir wollen uns auf unsere Stärken besinnen und auf die Aspekte konzentrieren, die für unser Unternehmen wichtig und wertvoll sind. Dabei spielt die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter eine tragende Rolle.

Eine weitere Herausforderung sehen wir in der sich verändernden Vertriebsstruktur. Der Weg hin zum Kunden wird teurer, und dieser fordert selbst Vertriebsstrukturen via Online ein. Daraus ergibt sich die Verlagerung eines Teils unseres Vertriebs hin ins Internet. Dabei wollen wir die besten Lösungen bieten: sowohl den engen Kontakt zum Außendienst mit persönlicher Beratung, als auch den schnellen und einfachen Vertriebsweg über das Internet. Hierfür haben wir mit der Beteiligung an Arendicom bereits den Grundstein gelegt. Zielrichtung für die kommenden Jahre bleibt eine nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung.

Um unsere ehrgeizigen Wachstumsziele zu erfüllen, wollen wir außerdem die Diversifizierung fortführen – sowohl regional als auch auf Produktebene. Dies geschieht durch die Expansion im Ausland und die Stärkung der Marken **codex, Pallmann und WOLFF**. Damit machen wir uns weniger abhängig von bestimmten Märkten und Marken. Die Finanzkrise hat gezeigt, dass bei starker Abhängigkeit das Risiko steigt. Regional betrachtet sehen wir für unser Unternehmen künftig großes Potenzial in Frankreich, Asien und den USA.

Aufgespießt: Eine Aktionärsfrage, die nicht als Witz diente

Ein Aktionär forderte in seiner Wortmeldung mit zeitraubendem zweitem Auftritt nach der für ihn unbefriedigenden Beantwortung tatsächlich ein „**Vergütungsmodell für Aktionäre**“ in Anlehnung an die Vergütungsmodalitäten für Vorstände und Aufsichtsräte. Diese Führungskräfte bekommen ihre Vergütung für hochwertige Leistungen, Aufgaben, zu erfüllende Ziele, das Einhalten vertraglicher Bestimmungen – letztlich als Ergebnis von Angebot und Nachfrage, gründend auf Qualifikation, Kompetenzen und Vertrauen. Ein Aktionär muss sich nicht qualifizieren, bezüglich seiner Aktien nicht arbeiten und anwesend sein. Auf freiwilliger Basis setzt er sein Kapital in der Absicht und Hoffnung ein, mit Kursgewinn und Dividende sein Vermögen zu mehren. Eine zweiseitige Willenserklärung wie bei einem Vorstands- und Aufsichtsratsvertrag gibt es hier nicht, auch keine Vereinbarungen über Zeitraum, Kündigungsfrist und Haftung. Ein Aktionär kann täglich seine Aktien handeln, evtl. sogar binnen eines Börsentages kaufen und verkaufen, sei es einen Teil, sei es den Gesamtbestand. Schon von daher ist eine solch ernst gemeinte Forderung absolut widersinnig, ja geradezu irrwitzig.

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, 15. März 2013, 290 S., 25 Euro

Beate Sander: „Der Aktien- und Börsenführerschein“, Der Klassik-Bestseller in 4. komplett neu bearbeiteter und erweiterter Auflage

256 S., reich bebildert, Großformat, Mehrfarbendruck, Leistungstests mit Lösungen, Prüfung/Lizenz „Der Börsenführerschein“, Sommer 2011, 30 €

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

Erscheint am 04. April 2012 im FinanzBuch Verlag, Bestellung bei mir möglich, Zweifarbendruck, 352 Seiten, Preis 24,90 €, lieferbar ab sofort

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

Druckfrisch, 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
