

# Nachhaltigkeitsbericht 2025

## Inhalt

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ÜBER DIESEN BERICHT</b> .....                      | <b>4</b>  |
| Geschäftsmodell des UZIN UTZ Konzerns .....           | 4         |
| Rückblick auf die Strategie PASSION 2025 .....        | 5         |
| Highlights der PASSION-Strategie .....                | 6         |
| Klimawin BW .....                                     | 7         |
| <b>PROFIT</b> .....                                   | <b>7</b>  |
| <b>Ökonomische Nachhaltigkeit</b> .....               | <b>8</b>  |
| Finanzzahlen .....                                    | 9         |
| Wachstum und Weitblick .....                          | 10        |
| <b>Kundenbindung und starke Partnerschaften</b> ..... | <b>11</b> |
| Austausch mit Stakeholdern .....                      | 12        |
| Know-how für Kunden: Schulungen und Messen .....      | 12        |
| Netzwerke und Partnerschaften .....                   | 13        |
| Mitgliedschaft in Verbänden und Organisationen .....  | 14        |
| <b>Compliance</b> .....                               | <b>15</b> |
| Hinweisgebersystem .....                              | 16        |
| Lieferantenkodex .....                                | 17        |
| Risikomanagement .....                                | 18        |
| <b>PRODUCTS AND SERVICES</b> .....                    | <b>18</b> |
| <b>Innovationen</b> .....                             | <b>20</b> |
| Forschung und Entwicklung .....                       | 20        |

1 / 61

|  |           |
|--|-----------|
| Ganzheitliche Produktentwicklung .....   | 21        |
| UZIN FusionTec .....   | 22        |
| <b>Produktverantwortung und Kundengesundheit.....</b>  | <b>22</b> |
| Wohngesundheit und Nachhaltigkeit im Fokus .....   | 23        |
| ECO <sub>2</sub> CHOICE Label .....  | 24        |
| Nachhaltiges Bauen und Gebäudezertifizierungssysteme.....  | 24        |
| Produktinformationen und Sicherheitsdatenblätter .....   | 25        |
| <b>Digitalisierung.....</b>  | <b>26</b> |
| Digitale Services für unsere Kunden .....  | 26        |
| Digitale Arbeitswelt .....   | 28        |
| <b>PLANET.....</b>   | <b>29</b> |
| <b>Betrieblicher Umweltschutz.....</b>   | <b>30</b> |
| Umwelt-, Ressourcen- und Klimaschutz .....   | 30        |
| PLANET-Ziel 2025 .....   | 31        |
| Corporate Carbon Footprint .....   | 33        |
| Naturnahe Werksgestaltung am Standort Ulm.....   | 38        |
| Lebenszyklusanalysen und nachhaltige Rohstoffe.....  | 39        |
| Managementsysteme und Verantwortlichkeiten.....  | 41        |
| <b>Transparente und nachhaltige Wertschöpfungskette.....</b>   | <b>41</b> |
| Lieferantenmanagement .....  | 41        |
| Ressourceneffiziente Verpackungen .....  | 42        |
| Initiative zur Elektrifizierung der Lieferkette in den Niederlanden – Pilotprojekt mit elektrischem LKW..... | 44        |
| <b>Gesellschaftsorientiertes Unternehmen.....</b>  | <b>45</b> |
| Gesellschaftliche Verantwortung.....   | 45        |
| Partnerschaften .....  | 49        |
| <b>PEOPLE.....</b>   | <b>50</b> |
| <b>Kultur und Werte.....</b>   | <b>51</b> |

|  |           |
|--|-----------|
| Mitarbeiter .....                                  | 52        |
| Erfolge feiern! .....                              | 53        |
| Arbeits- und Gesundheitsschutz.....                | 54        |
| Ausbildung und Kooperationen.....                  | 55        |
| Personalentwicklung und Gesundheitsmanagement..... | 56        |
| <b>Work-Life-Balance.....</b>                      | <b>58</b> |
| Mitarbeiterzufriedenheit und -verantwortung.....   | 59        |
| <b>Offene Kommunikation.....</b>                   | <b>60</b> |
| Interne Kommunikation .....                        | 60        |
| Externe Kommunikation .....                        | 61        |

## ÜBER DIESEN BERICHT

Willkommen beim Online-Nachhaltigkeitsbericht des Uzin Utz Konzerns für das Geschäftsjahr 2025!

In diesem Bericht präsentieren wir die wichtigsten ökonomischen, ökologischen und sozialen Entwicklungen des Uzin Utz Konzerns bis zum 31. Dezember 2025. Wir informieren unsere Stakeholder umfassend über die Nachhaltigkeitsstrategie von UZIN UTZ und den Fortschritt bei der Erreichung unserer Nachhaltigkeitsziele. Details zum wirtschaftlichen Verlauf finden Sie im Geschäftsbericht. Die Festlegung unserer Berichtsinhalte orientiert sich an der ISO 26000 – dem Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung.

Sofern nicht anders vermerkt, beziehen sich die Inhalte dieses Berichts auf den Uzin Utz Konzern (UZIN UTZ). Aufgrund des deutschen CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes veröffentlicht der Uzin Utz Konzern eine nichtfinanzielle Erklärung auf Konzernebene, die für dieses Berichtsjahr hier zu finden ist.

Die Inhalte dieses Berichts sprechen alle Geschlechter gleichermaßen an. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird jedoch die männliche Sprachform verwendet (z.B. Kunde, Mitarbeiter, Lieferant), ohne jegliche Diskriminierungsabsicht.

Dieser Bericht ist ausschließlich online auf Deutsch und Englisch verfügbar. Nutzen Sie die Navigation am oberen Rand der Seite, um Haupt- und Unterkapitel zu erkunden, oder blättern Sie Seite für Seite durch die Kapitel mithilfe der Pfeile am unteren Seitenrand.

### Geschäftsmodell des UZIN UTZ Konzerns

UZIN UTZ, mit Hauptsitz in Ulm, Deutschland, ist ein global agierendes Unternehmen, das sich durch hohe Innovationsfähigkeit als Systempartner auszeichnet und seinen Kunden ein umfangreiches, aufeinander abgestimmtes Produktportfolio für die Verlegung, Renovierung und Werterhaltung von Böden bietet. Als Marktführer in der Entwicklung und Herstellung von Produkten und Maschinen für Estrich, Boden, Fliesen und Parkett, verfügt UZIN UTZ über das breiteste Leistungsspektrum auf dem

neuesten Stand der Technik. Mit den Marken UZIN, WOLFF, PALLMANN, Arturo, codex und Pajarito bieten wir eine vielfältige und bedarfsgerechte Produktpalette. Wir entwickeln, produzieren und vertreiben fast alle unsere Produkte und Systeme selbst, um höchste Qualitätsstandards zu gewährleisten und unsere Technologiekompetenz, insbesondere bei umweltfreundlichen und emissionsarmen Produkten, kontinuierlich zu erweitern. Mit rund 1.600 Mitarbeitern ist der Uzin Utz Konzern in 53 Ländern präsent, darunter mit eigenen Produktions- und Vertriebsgesellschaften in 21 Ländern. Unsere Hauptgeschäftsfelder liegen in Deutschland und den weiteren europäischen Märkten, wobei die Unternehmensgruppe auch in Nordamerika, Asien und dem Südpazifik Raum aktiv ist. Die Konzerngesellschaften gliedern sich je nach Funktion in Produktions-, Dienstleistungs- und Vertriebsgesellschaften. Weitere Details zu den einzelnen Gesellschaften des Konzerns sowie zusätzliche Informationen finden sich im Geschäftsbericht 2025.

## Rückblick auf die Strategie PASSION 2025

Die im Jahr 2020 eingeführte Unternehmensstrategie PASSION 2025 diente in den letzten Jahren als zentrales Leitinstrument für nachhaltiges Wachstum und den Erfolg unseres Konzerns. Entwickelt in enger Zusammenarbeit mit unseren Mitarbeitern, basierte PASSION 2025 auf vier zentralen und gleichwertigen Handlungsfeldern:

### **PROFIT, PRODUCTS & SERVICES, PLANET und PEOPLE.**

Die gewonnenen Erkenntnisse aus der PASSION-Strategie dienen als strategischer Impuls für den kommenden Strategiezyklus **GROW BIGGER** ab 2026 – mit dem klaren Ziel, die Wettbewerbsfähigkeit weiter zu stärken und Wachstumspotenziale systematisch zu erschließen.

### **Handlungsfelder und wesentliche Themen**

Unsere Schlüsselthemen, die in die Unternehmensstrategie PASSION 2025 integriert waren, wurden durch einen umfassenden Stakeholderdialog identifiziert. Diese Themen spiegelten die signifikanten wirtschaftlichen, ökologischen und

gesellschaftlichen Einflüsse unseres Unternehmens wider und waren entscheidend für die Bewertungen und Entscheidungen unserer Stakeholder.

Sie sind den vier Hauptbereichen unserer Strategie zugeordnet: **PROFIT, PRODUCTS & SERVICES, PLANET** und **PEOPLE**.

## Highlights der PASSION-Strategie

In jedem der vier strategischen Stoßrichtungen **PROFIT, PRODUCTS & SERVICES, PLANET** und **PEOPLE** wurden ambitionierte, klar definierte Ziele formuliert, um die langfristige Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftsfähigkeit von UZIN UTZ systematisch zu stärken. Im Rahmen unseres Strategiekonzepts wurde jedes Jahr eines der vier Handlungsfelder fokussiert. Nachdem im Jahr 2024 das Handlungsfeld **PROFIT** im Mittelpunkt stand, stand das Jahr 2025 unter dem Motto „POWER 4 PASSION“. Es läutete das letzte PASSION-Jahr der Unternehmensstrategie ein und vereinheitlichte die Erfolgsgeschichten aller strategischen Stoßrichtungen. Rückblickend lässt sich für jedes der Handlungsfelder eine eigene Erfolgsgeschichte schreiben:

Im Handlungsfeld **PROFIT** hat sich UZIN UTZ von einem primär national geprägten Anbieter mit internationalem Produktvertrieb zu einem global agierenden Unternehmen mit Hauptsitz in Ulm weiterentwickelt. Die Unternehmensgruppe ist organisatorisch und kulturell enger zusammengewachsen. Einheitliche Prozesse, abgestimmte strategische Leitlinien sowie ein gemeinsames Werte- und Kulturverständnis bilden heute die Grundlage für eine effizientere Zusammenarbeit und beschleunigte Entscheidungsprozesse über Unternehmensgrenzen hinweg.

Im Bereich **PRODUCTS & SERVICES** wurden wesentliche Fortschritte in der Automatisierung und Digitalisierung erzielt. Dazu zählen unter anderem die Weiterentwicklung automatisierter Produktionsprozesse sowie der erfolgreiche Launch der U-Club App. Diese Initiativen stärken die operative Leistungsfähigkeit, erhöhen die Kundennähe und schaffen eine belastbare Grundlage für zukünftiges Wachstum. Die Einführung der UZIN UTZ Dachmarke und der Relaunch des gruppenweiten Corporate Design trugen maßgeblich zur Zielerreichung der Stoßrichtung bei.

Der Fokusbereich **PLANET** war geprägt von gezielten Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz, dem Ausbau erneuerbarer Energien sowie der Optimierung logistischer Prozesse. In der Folge konnten die direkten und energiebezogenen indirekten Treibhausgasemissionen in der Unternehmensgruppe definierten Kern- und Wachstumsländer im Vergleich zum Basisjahr 2019 bis zum Jahr 2025 um 24,9 % reduziert werden. Damit leistet UZIN UTZ einen messbaren Beitrag zur Erreichung der eigenen Nachhaltigkeitsziele.

Im Fokusbereich **PEOPLE** konnte UZIN UTZ über den gesamten PASSION-Zyklus hinweg ein konstant hohes Leistungsniveau sichern. Dies zeigt sich insbesondere in einer sehr hohen Weiterempfehlungsrate (89 %) der Mitarbeitenden sowie in der ausgeprägten Leistungsbereitschaft in den Teams.

## Klimawin BW

Seit unserer Unterzeichnung der WIN-Charta im Jahr 2016 als Teil der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN) Baden-Württembergs, verpflichten wir uns aktiv zur Einhaltung der darin festgelegten 12 Nachhaltigkeitsleitsätze. Im Jahr 2024 erfolgte eine Umstellung von der WIN-Charta in Klimawin BW. Unsere Schwerpunkte innerhalb der Leitsätze liegen auf den Themenfeldern Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden, Klimaschutz, Produktverantwortung sowie Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze. Diese Bereiche spiegeln die Stoßrichtungen (**PROFIT, PRODUCTS & SERVICES, PLANET** und **PEOPLE**) unserer Strategie PASSION 2025 wider. Seit 2016 unterstützen wir im Rahmen des Klimawin BW-Projekts das lokale und gemeinnützige Projekt „Grünfinder“. Das Projekt bringt Kindern aus sozial schwächeren Familien die Bedeutung von Natur und Umwelt näher. Jährlich berichten wir in einem Klimawin BW-Bericht über unsere Fortschritte. Diesen Bericht und weitere Informationen können Sie auf der [Webseite](#) von Klimawin BW herunterladen.

## 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.**

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

Mit Umsatzerlösen von 505,1 Millionen Euro und einem EBIT von 40,4 Millionen Euro konnten wir unsere Leistungsfähigkeit bestätigen. Maßgeblich hierfür waren unsere breite internationale Aufstellung, gezielte Effizienzsteigerungen, ein optimierter Materialeinsatz sowie Verbesserungen in der Logistik.

## Ökonomische Nachhaltigkeit

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

Für nachhaltigen Geschäftserfolg und kontinuierliches Unternehmenswachstum ist es essentiell, ökonomische, soziale und ökologische Verantwortung zu integrieren. Unsere Strategie zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit umfasst vorausschauendes Handeln und proaktive Maßnahmen gegen aktuelle globale Herausforderungen. Angesichts der Belastungen durch geopolitische Unsicherheiten, Schwankungen in den Energiemärkten und Lieferkettenunterbrechungen, bleibt die Konzentration auf Innovationen in der Produktentwicklung und maßgeschneiderte Lösungen unser Schlüssel zum Erfolg. Wir stärken unsere Marktposition durch innovative Ideen, erstklassigen Service, starke Netzwerke sowie die Erweiterung und Verbesserung unserer Produktionsanlagen.

Strategische Investitionen und die Entwicklung effizienter Logistikstrategien stehen im Zentrum unserer Planung, um flexibel auf Marktveränderungen reagieren zu können. In einem dynamisch wachsenden Umfeld ist die fortlaufende Anpassung interner Strukturen und Kommunikationskanäle von großer Bedeutung. Durch frühzeitige und enge Koordination integrieren wir lokale Perspektiven in eine

übergreifende Gesamtstrategie. Zudem fördern wir den Austausch von Erfahrungen, die Anwendung von Best Practices und die fachübergreifende Zusammenarbeit, um Wissen unternehmensweit zu teilen und Innovationen voranzutreiben.

Diese ganzheitliche Herangehensweise gewährleistet nicht nur unsere Anpassungsfähigkeit an sich schnell ändernde Marktbedingungen, sondern stärkt auch unsere Fähigkeit, langfristig erfolgreich und wettbewerbsfähig zu bleiben.

## Finanzzahlen

Die nachfolgende Tabelle bietet einen Überblick über die wichtigsten Ertrags- und Finanzkennzahlen von UZIN UTZ. Für umfassendere Einblicke und detaillierte Analysen verweisen wir auf unseren **Geschäftsbericht**.

| <b>Kennzahlen Uzin Utz Konzern</b> (nach IFRS; in Mio. EUR) | <b>2025</b> | <b>2024</b> |
|---|-------------|-------------|
| Umsatzerlöse  | 505,1       | 476,0       |
| Umsatzvergleich (in % zum Vorjahr)                          | 6,1         | -0,7        |
| Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)                      | 40,4        | 42,8        |
| Investitionen   | 21,1        | 14,7        |
| Abschreibungen  | 21,0        | 21,5        |
| Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit                   | 33,9        | 53,1        |
| Bilanzsumme   | 448,2       | 431,0       |

9 / 61

## Wachstum und Weitblick

Wir setzen global auf nachhaltiges Wachstum, das durch sorgfältige Planung und strategische Investitionen in neue Standorte und Gebäude gekennzeichnet ist. Diese Investitionen sind beträchtlich und zeugen von unserem langfristigen Engagement. Im Berichtsjahr 2025 haben wir wichtige Schritte zur Erweiterung unserer Standorte unternommen. So haben wir beispielsweise mit der Übernahme der BIOFA Naturprodukte W. Hahn GmbH durch die Tochtergesellschaft Pallmann GmbH und einer Beteiligung an der ConBotics GmbH durch UZIN UTZ strategische Zukunftsinvestitionen getätigt, um Innovationen voranzutreiben und neue Geschäftsfelder zu erschließen.

### BIOFA Naturprodukte W. Hahn GmbH

BIOFA hat sich auf die Herstellung und den Vertrieb von Naturfarben, Naturlacken sowie Ölen und Seifen für Holz- und Korkböden spezialisiert. Durch die Übernahme soll die Marktpräsenz von UZIN UTZ im Bereich nachhaltiger Bauchemikalien gestärkt werden. Die Integration von BIOFA-Produkten in unser Portfolio ermöglicht es, neue Marktsegmente zu erschließen. Zudem werden die Produktionskapazitäten der Pallmann GmbH erweitert. Das Forschungslabor sowie die Schulungsräume von BIOFA bieten ideale Voraussetzungen für Produktschulungen und Weiterbildungen. Hier liegen große Synergiepotenziale, insbesondere für unser Tochterunternehmen PALLMANN.

### ConBotics GmbH

Durch eine Beteiligung am Berliner Robotik-Startup ConBotics geht die Uzin Utz SE eine strategische und innovative Partnerschaft ein. ConBotics setzt mit KI-gestützten Robotiklösungen neue Maßstäbe für das Handwerk. Mit unseren Marken Pajarito, Spezialist für Werkzeuge im Maler- und Trockenbauhandwerk, und WOLFF, Hersteller innovativer Maschinen zur Untergrundvorbereitung, bringt die Uzin Utz SE technologische und anwendungsnahe Expertise sowie ein starkes internationales Netzwerk in die Zusammenarbeit ein. Gemeinsam mit ConBotics sollen in den Bereichen Robotik, Automatisierung und Softwaresteuerung zukunftsweisende

Lösungen und neue Standards für die Branche entstehen. Moderne Robotik kann so ins Handwerk integriert werden und die Digitalisierung in der Baubranche vorantreiben.

## 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.**

Unser Ziel ist es, ein verlässlicher und starker Partner für unsere Kunden zu sein, indem wir langfristige und erfolgreiche Geschäftsbeziehungen aufbauen und pflegen. Wir legen großen Wert auf enge Partnerschaften mit all unseren Stakeholdern, einschließlich der Kommunikation mit Mitarbeitern und der Zusammenarbeit mit Kunden und Lieferanten. Unser Engagement konzentriert sich auf die Entwicklung und Bereitstellung technisch ausgereifter Produkte und individueller Systemlösungen für die Verlegung, Sanierung und den Erhalt von Bodenbelägen, um die Anforderungen unserer professionellen Handwerkskunden vollständig zu erfüllen.

Mit einem qualifizierten Außendienstteam und der technischen Unterstützung per Telefon durch unsere Anwendungstechniker bieten wir eine umfassende Beratung und exzellenten Service. Darüber hinaus betreuen wir durch unser gruppenweites Key-Account-Management-Team gezielt Architekten und Planer sowie die Belagsindustrie, um auf ihre spezifischen Bedürfnisse einzugehen. Unser Angebot umfasst Fachwissen im Bereich Bodenbeläge sowie Erfahrungsaustausch und Wissensvermittlung zu rechtlichen und marketingbezogenen Themen, was unsere Kunden besonders schätzen.

Wir unterstützen zudem aktiv die Förderung von Nachwuchskräften im Handwerk und bieten maßgeschneiderte Schulungen an, um Fachkräfte in der Boden-, Parkett-, Estrich- und Fliesenverlegung sowie im Raumausstattungsgewerbe weiterzubilden. Diese Bildungsangebote decken neue Techniken, Verlegeprodukte und Maschinen ab, wodurch wir die Professionalität im Handwerk stärken und weiterentwickeln.

## Austausch mit Stakeholdern

Unsere Stakeholder, einschließlich Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten, Investoren und Mitglieder aus Verbänden, setzen spezifische Erwartungen an unser Unternehmen. Die Wünsche, Bedürfnisse und Anliegen unserer Stakeholder verstehen wir am besten durch aktiven Dialog. Diesen Dialog fördern wir durch persönliche Gespräche, Umfragen, den Einsatz unseres Außendienstes, die Einbindung verschiedener Fachabteilungen und unser Schulungsprogramm. Insbesondere unser Key-Account-Management bei UZIN UTZ gewährleistet in Zusammenarbeit mit dem Vertriebs- und Technik-Team eine direkte Kommunikation mit Kunden, Architekten und Planern. Darüber hinaus pflegen wir eine produktive Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern, der Bodenbelagsindustrie sowie verschiedenen Fachverbänden und stärken enge Kontakte zu verschiedenen Akteuren im Bereich nachhaltiges Bauen, Politik, Wirtschaft und über unseren Kundenbeirat. Dies ermöglicht es uns, relevante Themenfelder zu identifizieren und anzugehen.

12 / 61

## Know-how für Kunden: Schulungen und Messen

Im Jahr 2025 lag ein starker Fokus auf dem UZIN UTZ Campus, der am 19. September 2025 in Ulm stattfand. Unter dem Motto „Workshops. Wissen. Weiterkommen.“ vereint der UZIN UTZ Campus Fachwissen mit direkter Anwendung: In praxisorientierten Workshops vermittelten Experten tiefgehendes Know-how zu Neuheiten und Herausforderungen der Bodenbranche. Neben dem technischen Wissenstransfer stand der persönliche Austausch zu fachlichen Themen im Vordergrund. Außerdem gaben renommierte Referenten Einblicke in zukunftsweisende Themen. Insgesamt durften wir rund 600 Kunden in Ulm willkommen heißen und dürfen auf eine sehr erfolgreiche Veranstaltung in der Ulmer Donauhalle zurückblicken.

Darüber hinaus gab es auch in 2025 wieder ein umfangreiches Angebot an Kundens Schulungen am Hauptstandort sowie offene Seminare in ganz Deutschland. Im Jahr 2025 konnten wir allein am Standort in Ulm 85 Schulungstage anbieten. Insgesamt durften wir über 1.000 Kunden zu Schulungen und Seminare (außerhalb des UZIN UTZ Campus) begrüßen.

## Kumentag in den Niederlanden

Im Juli lud Uzin Utz Nederland B.V. zum jährlichen Kundentag ein. Hierbei handelt es sich um eine Netzwerkveranstaltung, die den persönlichen Austausch mit unseren Kunden sowie den Partnern von INTR. B.V. in den Mittelpunkt stellt. Die Veranstaltung brachte Fachleute aus der Bodenbelagsbranche zusammen und bot eine Plattform für Begegnung, Erfahrungsaustausch und die Stärkung langfristiger Partnerschaften.

## Netzwerke und Partnerschaften

### UZIN: Netzwerk Boden

Das "Netzwerk Boden" zeichnet sich als einzigartiger Zusammenschluss der führenden Bodenspezialisten Deutschlands aus. Mit über 75 Standorten ist die Leistungsgemeinschaft eines der größten Netzwerke mit professionellen und zertifizierten Handwerksbetrieben. Die langjährige Erfahrung bei der Umsetzung diverser Projekte – von privaten Wohnräumen bis hin zu gewerblichen Gebäuden - ist einzigartig in der Branche. Das Netzwerk verfolgt das Ziel, allen Mitgliedern fortlaufende Weiterbildungsmöglichkeiten anzubieten, innovative Ansätze in der Unternehmensführung zu integrieren und die Vorteile der Digitalisierung optimal zu nutzen. Zudem wird der Nachwuchs durch den Arbeitskreis „Next Generation“ in den Fokus gestellt. Vielfältige Seminarangebote und praktische Erfahrungen im Azubi- und Bauhelfer-CAMP sind Teil des Angebots für die jungen Unternehmensnachfolger.

[Hier](#) erhalten Sie weitere Informationen

### codex: Netzwerk der Besten

Das codex-Netzwerk bietet professionellen Fliesen- und Natursteinlegern praxisnahe Unterstützung in sämtlichen Bereichen ihrer Arbeit. Als Zusammenschluss der führenden Fachkräfte im Land vereint dieses Netzwerk rund 1.700 Mitglieder, die von den zentralen Säulen Marketing, Wissen und Netzwerk profitieren. Mitglieder

genießen den Vorteil des persönlichen Austauschs sowie Zugang zu fortgeschrittenem Wissen über Finanzen, Baurecht, aktuelle Branchentrends und die neuesten technischen Entwicklungen aus dem Bereich der codex-Produkte. Die Online-Plattform „SYSTEM X“ erleichtert Mitgliedern den Zugriff auf relevante Inhalte und Produkte und verbessert den persönlichen Service. Das jährliche codex Netzwerk-Event bereichert die Mitglieder mit fachspezifischen Vorträgen und Seminaren sowie einem vielfältigen Rahmenprogramm, das den Austausch und die Vernetzung unter den Teilnehmern fördert.

[Hier](#) erhalten Sie weitere Informationen

### **PALLMANN: Parkettprofi**

Seit über 10 Jahren ist Parkettprofi die Marketingoffensive für Parkettleger in Deutschland: „Mehr Erfolg und weniger Aufwand. Zeit, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren: Parkett verlegen!“ Parkettprofi übernimmt für Handwerksbetriebe die wesentlichen, oft vernachlässigten Aspekte wie Marketing, aktive Verkaufsförderung, Online-Präsenz und berufliche Weiterbildung. Die rund 330 angeschlossenen Mitgliedsbetriebe genießen Vorteile wie personalisierte Arbeitskleidung, diverse Werbemittel, eine Rechtsberatung sowie viele weitere Tools im Bereich der Marketingunterstützung. Zudem erhalten sie die exklusiven Nutzungsrechte an der eingetragenen Marke Parkettprofi. Endkunden finden auf der Webseite und über Social Media Kanäle umfassende Informationen zum Thema Holzfußböden. Ein wesentliches Anliegen der Initiative ist es, die Vorteile von Naturholzböden den Verbrauchern näherzubringen.

[Hier](#) erhalten Sie weitere Informationen

## **Mitgliedschaft in Verbänden und Organisationen**

Unser Engagement zielt auf die Gestaltung und Förderung der Zukunft und des Fortschritts in der Baubranche ab. Wir sind aktiv in einer Vielzahl von Verbänden und Organisationen tätig, wobei wir uns besonders auf die Bereiche Emissionen und Gesundheit, Qualitätssicherung sowie Nachwuchsförderung konzentrieren. Diese

enge Kooperation ermöglicht es uns, schnell wichtige Erkenntnisse über Trends und Entwicklungen in der Branche zu erlangen. So können wir zeitnah auf Veränderungen reagieren und zukünftige Trends positiv mitgestalten. Darüber hinaus sind wir in der Lage, unsere Kunden umgehend über relevante Informationen und Ankündigungen der Verbände zu informieren. Wir sind unter anderem aktiv in folgenden wichtigen Industrie- und Handwerksverbänden: Industrieverband Klebstoffe e.V. (IVK), Deutsche Bauchemie e. V., Bundesverband Parkett und Fußbodentechnik (BVPF), Bundesverband Estrich und Belag e. V. (BEB), Zentralverband Raum und Ausstattung (ZVR), Fachverband Fliesen und Naturstein, Fachverband der Hersteller elastischer Bodenbeläge e. V. (FEB) und Bundesverband der vereidigten Sachverständigen für Raum und Ausstattung e. V. (BSR).

## **Nachwuchsförderung im Handwerk**

Der zunehmende Mangel an Fachkräften und Nachwuchs stellt eine wachsende Herausforderung für das bodenlegende Handwerk dar. Als Teil unserer Mitgliedschaft im Bundesverband Parkett- und Fußbodentechnik (BVPF) leisten wir sowohl finanzielle Unterstützung als auch aktive Beiträge in dessen Beirat, um die seit 2014 laufende Ausbildungsinitiative „Das ist Bodenhandwerk“ zu fördern. Diese Initiative zielt darauf ab, junge Menschen für Berufe wie Bodenleger, Parkettleger, Estrichleger oder Raumausstatter zu gewinnen und sie mit Ausbildungs- sowie Praktikumsplätzen in Handwerksbetrieben zu verbinden. Ein weiteres Anliegen ist es, das Ansehen und die Anerkennung dieser Berufe in der Gesellschaft zu steigern. Zusätzlich bieten wir Meisterschulen in Deutschland und Österreich finanzielle und ideelle Unterstützung an, beispielsweise durch die Bereitstellung von Referenten, Produkten, Räumlichkeiten für Schulungen oder die Organisation von Betriebsbesichtigungen.

## **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 alle unsere Produktionsstandorte wollen wir eine hohe Liefersicherheit für Rohstoffe und Verpackungen sicherstellen.**

UZIN UTZ verpflichtet sich zu einem Handeln, das nicht allein auf die Befolgung gesetzlicher Vorschriften begrenzt ist, sondern sich darüber hinaus an ethischen Grundsätzen und einem gemeinsamen Verständnis von Werten orientiert. Diese Haltung dient als Grundstein für das Vertrauen, das uns von unseren Mitarbeitern, Kunden, Aktionären sowie weiteren Stakeholdern entgegengebracht wird. Die Compliance-Richtlinien von UZIN UTZ enthalten essenzielle und verbindliche Vorgaben für das Verhalten aller Unternehmensangehörigen sowie in der Interaktion mit Geschäftspartnern, Aktionären und der breiteren Gesellschaft. Sie akzentuieren insbesondere die Bedeutung der Prävention von Korruption und die Beachtung kartellrechtlicher Bestimmungen.

Um eine umfassende Kenntnis dieser Richtlinien unter den Mitarbeitern zu gewährleisten, werden diese über vielfältige Informationswege kommuniziert. Die zentrale Compliance-Richtlinie ist zudem für sämtliche Interessierte auf der [Homepage](#) von UZIN UTZ zugänglich. Die Implementierung einer zentralen Anlaufstelle für Compliance gewährleistet, dass alle Interessengruppen einen fachkundigen Ansprechpartner vorfinden. Darüber hinaus gibt es eine gesonderte Geschenkerichtlinie, die klare Vorgaben für den Umgang mit Geschenken und Zuwendungen festlegt, um Transparenz und Integrität in unseren Geschäftsbeziehungen zu gewährleisten.

## **Hinweisgebersystem**

Das Hinweisgeberschutzgesetz ist am 02. Juli 2023 in Deutschland in Kraft getreten. UZIN UTZ hatte bereits proaktiv ein konzernweites Hinweisgebersystem implementiert, welches Ende des Jahres 2021 eingeführt wurde, um eine höchstmögliche Transparenz und Sicherheit zu garantieren. Dieses System ermöglicht es, Hinweise zu potenziellen Compliance-Verstößen an eine unabhängige Vertrauensperson (sog. Ombudsmann) zu übermitteln, der diese dann an die interne Compliance-Stelle weiterleitet. Das Hinweisgebersystem ist konzernweit etabliert und steht eigenen Mitarbeitern sowie externen Dritten zur Verfügung, um potenzielle

Verstöße gegen gesetzliche Vorgaben oder ethische Standards, etwa im Bereich Korruption oder Bestechung, vertraulich und auf Wunsch anonym zu melden. Meldungen können schriftlich, elektronisch oder telefonisch eingereicht werden. Alle Hinweise werden sorgfältig geprüft und vom Ombudsmann bearbeitet, um eine objektive und faire Untersuchung sicherzustellen. Der Schutz der Hinweisgeber hat dabei höchste Priorität. Klare Regelungen gewährleisten Vertraulichkeit und schließen Benachteiligungen oder Repressalien ausdrücklich aus. Der Uzin Utz Konzern verpflichtet sich, allen eingehenden Hinweisen mit der gebotenen Sorgfalt nachzugehen und sicherzustellen, dass Hinweisgeber keine negativen Konsequenzen zu befürchten haben. Die Ausgestaltung des Systems entspricht den Anforderungen der EU-Whistleblower Richtlinie. Die Verfahrensordnung zum Hinweisgebersystem ist transparent gestaltet und über die Unternehmenshomepage einsehbar.

## Lieferantenkodex

Mit der Einführung unserer Compliance-Richtlinie bekennt sich UZIN UTZ zu grundlegenden Verhaltensstandards, verantwortungsvollem Handeln und nachhaltigem Wirtschaften. Wir legen großen Wert darauf, dass auch unsere Geschäftspartner unsere Unternehmenswerte teilen und entsprechend agieren. Aus diesem Grund haben wir einen detaillierten Verhaltenskodex („Code-of-Conduct“) für Lieferanten und Dienstleister entwickelt, der als zentraler Bestandteil unserer Compliance-Richtlinie dient und unverzichtbare Mindeststandards vorgibt. Dieser Verhaltenskodex ist ein wesentliches Element unserer Geschäftsbeziehungen und spielt eine entscheidende Rolle bei der Auswahl und Bewertung unserer Lieferanten. Er fordert von unseren Partnern, sich nicht nur an gesetzliche Bestimmungen zu halten, sondern auch Kinderarbeit entschieden abzulehnen, Menschenrechte und den Schutz personenbezogener Daten zu achten, Korruption aktiv zu bekämpfen, für Produktsicherheit zu sorgen und höchstmögliche Standards im Umweltschutz zu erfüllen. Eine beachtliche Anzahl unserer A-Lieferanten und auch einige B-Lieferanten haben diesen Kodex bereits verbindlich unterzeichnet, was unser Engagement für Ethik und Nachhaltigkeit in der Lieferkette unterstreicht.

## Risikomanagement

Der Risikomanagementprozess bei UZIN UTZ wird über ein Projektmanagementtool abgewickelt und ist ein integraler Bestandteil der Geschäftsführung. Weltweit definierte „Risk Owner“ tragen ihre Risiken und die daraus abgeleiteten Maßnahmen in dieses System ein. Die jeweiligen Risiken werden durch die Geschäftsführer der Gesellschaft und dem Risk Manager nach Prüfung genehmigt.

Das Risikomanagement der Uzin Utz SE umfasst vier Schritte:

**Risikoidentifikation:** Zunächst werden mögliche Risiken ermittelt, die das Unternehmen beeinflussen könnten, mittels Brainstorming, Finanzdatenanalyse, Umfragen und anderen Techniken.

**Risikobewertung:** Identifizierte Risiken werden hinsichtlich ihrer Auswirkungen und Eintrittswahrscheinlichkeit bewertet.

**Risikominderung:** Basierend auf der Bewertung werden Maßnahmen zur Risikominimierung umgesetzt, wobei gleichzeitig Chancen maximiert werden sollen.

**Risikoüberwachung:** Die umgesetzten Maßnahmen werden stetig überwacht, um ihre Wirksamkeit zu sichern und bei Bedarf anzupassen.

Ein ständig aktualisierter Risikokatalog unterstützt alle „Risk Owner“ bei UZIN UTZ, indem er sicherstellt, dass jedes Unternehmen bestimmte Kernrisiken erfasst und geeignete Maßnahmen ergreift. Der Prozess des Risikomanagements ist dynamisch und wird regelmäßig überprüft und angepasst, um sicherzustellen, dass alle Gesellschaften von UZIN UTZ auf potentielle Risiken reagieren und sich an veränderte Bedingungen anpassen können.

## PRODUCTS AND SERVICES

UZIN UTZ steht für hohe technische Performance und Innovationskraft in allen unseren sechs Marken. 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.

## **UZIN**

Verlegesysteme für Estrich, Boden und Parkett.

[Erfahren Sie mehr über UZIN](#)

## **WOLFF**

Maschinen und Spezialwerkzeuge zur Untergrundvorbereitung und Verlegung von Bodenbelägen.

[Erfahren Sie mehr über WOLFF](#)

## **PALLMANN**

Komplettsortiment für die Neuverlegung, Renovierung und Werterhaltung von Parkettfußböden.

[Erfahren Sie mehr über Pallmann](#)

## **Arturo**

Funktionelle Bodenbeschichtungen mit vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten.

[Erfahren Sie mehr über Arturo](#)

## **codex**

Verlegesysteme für Fliesen und Naturstein.

[Erfahren Sie mehr über codex](#)

## **Pajarito**

Hochwertige Maler-, Putz- und Trockenbauwerkzeuge.

[Erfahren Sie mehr über Pajarito](#)

## Innovationen

Unter Innovationen verstehen wir visionäre und richtungsweisende Produktentwicklungen. Darüber hinaus beziehen wir auch Prozessinnovationen, wie etwa Prozesse in Produktion oder Logistik, in unseren Innovationsbegriff mit ein.

Innovative Ideen und fortschrittliche Technologien prägen die Zukunft. Unsere Unternehmenskultur fördert diese Entwicklung, indem sie kreative Freiräume schafft, um vielfältige Innovationsansätze zu erforschen, zu bewerten und konsequent umzusetzen. Angesichts sich wandelnder Marktbedingungen und Kundenanforderungen sowie neuer Herausforderungen, spielt die Abteilung Innovation and Technology Management eine entscheidende Rolle. Sie leistet für UZIN UTZ eine wichtige Grundlagenarbeit für Innovationen und lokalisiert zukünftige Trends innerhalb des Uzin Utz Konzerns.

Die Verknüpfung von Nachhaltigkeit und Innovation führt zu wertvollen Synergien. Dank unserer Stärke in Innovationen entwickeln wir Produkte, die nicht nur höchsten technischen Standards entsprechen, sondern auch die Wohngesundheit der Nutzer und ökologische Belange berücksichtigen.

20 / 61

## Forschung und Entwicklung

Bei UZIN UTZ stehen Forschung und Entwicklung im Zentrum unserer Bemühungen, um stets einen Schritt voraus zu sein und proaktiv auf zukünftige Marktanforderungen sowie Kundenbedürfnisse einzugehen. Dies führt zur Entwicklung von Produkten, die nicht nur höchsten Qualitätsstandards entsprechen, sondern auch strenge Anforderungen an Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie Wohngesundheit erfüllen. Unsere Produkte sind zudem ein Schlüsselement in der Verwirklichung ökologischer Nachhaltigkeitsziele. Wir legen großen Wert auf Produktinnovation und fördern aktiv die stetige Weiterentwicklung unseres vielfältigen Markenportfolios.

Im Jahr 2025 investierte die UZIN konzernweit rund 15,3 Mio. Euro in Forschung und Entwicklung. Durchschnittlich waren 145 Mitarbeiter in diesem Bereich tätig, die maßgeblich zu einer konzernweiten Produkt-Neuheitsquote von 23,7 % beitrugen.

Die Neuheitsquote bezieht sich auf Produkte mit innovativen oder deutlich verbesserten Eigenschaften, die innerhalb der letzten fünf Jahre auf den Markt gebracht wurden. Die Berechnung erfolgt aus dem Verhältnis des Umsatzes dieser Produkte zum Gesamtumsatz aller eigenentwickelten Produkte.

## Ganzheitliche Produktentwicklung

Kunden erwarten von Verlegewerkstoffen für den Innenraum nicht nur hohe technische Qualität, sondern auch Umweltverträglichkeit und Gesundheitsschutz. Die Raumluft darf hierbei nicht durch Lösemittel oder andere Schadstoffe belastet werden. Diese Anforderungen erfüllen wir durch die Entwicklung von Produkten, die lösemittelfrei, schadstoffarm und emissionsarm sind. Um umwelt- und gesundheitsfreundliche Lösungen zu garantieren, betrachten wir unsere Produkte ganzheitlich über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg.

21 / 61

### **PALLMANN Magic Oil Change**

Das „PALLMANN MAGIC OIL CHANGE“ ist eine Oberflächenbehandlung für Holzfußböden, die bis zu 90 % auf nachwachsenden Rohstoffen basiert. Die Produkte bestehen aus einer Öl-Wachs-Kombination, die kaltgepresstes Hanföl aus ökologischer Landwirtschaft nutzt. Diese Zusammensetzung ermöglicht eine einfache Verarbeitung und schnelle Trocknung. Im Vergleich zu Vorgängerprodukten wird der CO<sub>2</sub>-Ausstoß um rund 60 % reduziert, was auf den regionalen Anbau und die schonende Herstellung des Hanföls zurückzuführen ist.

### **Arturo Release Floor**

Der „Arturo ReleaseFloor“ stellt eine innovative Lösung für nachhaltige Bodensysteme dar. Im Gegensatz zu traditionell applizierten, permanent haftenden Verlaufsbeschichtungen, ermöglicht das spezielle Release-System die einfache und vollständige Ablösung der PU-Beschichtung vom Untergrund. Dies erlaubt nicht nur

eine Wiederverwendung des Untergrunds ohne aufwendige Sanierung, sondern auch das Recyceln der entfernten Beschichtung zu einem neuen Boden.

### **UZIN Easy Lift Primer**

Der “UZIN Easylift Primer” sorgt für einen einfacheren Wechsel von elastischen Bodenbelägen. Der Vorstrich kann nach den Spachtelarbeiten und vor der Verlegung von Böden aufgetragen werden und ermöglicht nach Ende der Nutzungsdauer des Belags, bis zu drei Mal eine vereinfachte rückstandsfreie Entfernung mit anschließender Verlegung eines neuen Belags mit UZIN KE 66 HT. Da bei der Belagsentfernung keine mineralischen Rückstände am Belag haften bleiben, kann der Altbelag in den Recyclingprozess zurückgeführt werden.

### **UZIN FusionTec**

Die UZIN FusionTec-Technologie markiert einen bedeutenden Fortschritt in der Entwicklung von Spachtelmassen und vereint herausragende technische Eigenschaften mit einem klaren Fokus auf Nachhaltigkeit. Diese innovative Bindemitteltechnologie ermöglicht die Herstellung von Spachtelmassen, die nicht nur durch ihre Verarbeitbarkeit, schnelle Belegreife und hohe Festigkeit überzeugen, sondern auch einen reduzierten ökologischen Fußabdruck aufweisen. Im Vergleich zu herkömmlichen zementbasierten Spachtelmassen kann durch den Einsatz von FusionTec-Produkten eine Reduktion des Treibhauspotenzials (GWP) von bis zu 39 % erreicht werden.

22 / 61

## **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.**

Bei UZIN UTZ liegt ein wichtiges Augenmerk auf dem Schutz der Gesundheit der Produkthanwender und Endverbraucher. Dieser Ansatz spiegelt sich nicht nur in der Erfüllung gesetzlicher Vorschriften wider, sondern ist auch Ausdruck unserer eigenen Verpflichtung, Produkte zu entwickeln, die sowohl umweltfreundlich als auch sicher in der Anwendungs- und Nutzungsphase sind. Diese Verpflichtung ist ein zentraler Bestandteil unserer Entwicklungs- und Qualitätsprozesse und wird konsequent und mit Weitsicht an allen unseren Produktionsstandorten und über alle Marken hinweg umgesetzt.

Bei der Herstellung bauchemischer Produkte ist der Einsatz bestimmter Inhaltsstoffe, die möglicherweise kennzeichnungspflichtig sind, oft unumgänglich. Durch die enge Zusammenarbeit zwischen den Teams der Produktentwicklung und den Spezialisten für Regulierungsfragen in unserer Produktsicherheitsabteilung gelingt es uns, frühzeitig potenziell problematische Inhaltsstoffe zu identifizieren und ggf. zu substituieren. Durch diese Strategie können wir nicht nur die Sicherheit und Gesundheit unserer Kunden stetig verbessern, sondern nehmen dadurch gleichzeitig auch unsere Verantwortung gegenüber der Umwelt wahr. Unsere Bemühungen beschränken sich darüber hinaus nicht nur auf die Produktentwicklung, sondern beinhalten auch umfassende Schulungen und Informationsprogramme für unsere Kunden und Mitarbeiter. Durch diese Maßnahmen gewährleisten wir, dass alle Beteiligten über die sichere und effektive Nutzung unserer Produkte umfassend informiert sind.

## Wohngesundheit und Nachhaltigkeit im Fokus

Während die Kennzeichnungsfreiheit oder allenfalls eine nur geringfügige Gefahrenkennzeichnung von Bauprodukten wichtige Aspekte für den Verarbeiter darstellen, ist für den Endnutzer von entscheidender Bedeutung, dass der Einbau dieser Produkte im Wohnbereich vollkommen sicher und unbedenklich ist. So dürfen weder während noch nach der Verarbeitung flüchtige (Schad-)Stoffe (VOC-Emissionen) aus den Produkten in den Innenraum emittiert oder durch chemische Sekundärreaktionen gebildet und freigesetzt werden. Die Entwicklung von Verlegewerkstoffen, die diesen strengen Anforderungen genügen, ist seit vielen Jahren Grundvoraussetzung für unsere Entwicklungsteams an allen Standorten.

## ECO<sub>2</sub> CHOICE Label

### Das markenübergreifende Nachhaltigkeitslabel von UZIN UTZ

Die Marken UZIN, PALLMANN, Arturo und codex haben ausgewählte Produkte mit explizit angepasster Rezeptur definiert, die nachhaltige Lösungen der Bodenverarbeitung auf einem bestimmten Gebiet darstellen. Über den QR-Code auf der Verpackung oder durch die Übersichtsseite auf unserer [Webseite](#), erhält der Anwender bzw. Kunde sofort alle relevanten Informationen zum CO<sub>2</sub>-Fußabdruck des Produkts. Zudem können alle Hintergrundinformationen und die CO<sub>2</sub>-Einsparung nachgelesen werden.

Nur Produkte mit nachhaltigeren Rohstoffen – beispielsweise regionale oder mit Biomass Balance Rohstoffeinsatz produzierte – kommen in Betracht. „Mit dem neuen Nachhaltigkeitslabel möchten wir die Entscheidung für Bauprodukte, die weniger CO<sub>2</sub> erzeugen, einfacher machen“, erklärt Vorstandsmitglied Julian Utz. „Der Anwender kann selbst wählen, ob er einer nachhaltigeren Produktvariante im Sortiment den Vorzug geben möchte.“

### 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. 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. Zu den verbreitetsten Gebäudezertifizierungssystemen gehören das Bewertungssystem der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB), das amerikanische System LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) sowie das britische

Gebäudezertifizierungssystem BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method).

Allen Systemen ist gemeinsam, dass sie eine Reihe an definierten ökologischen, ökonomischen und sozialen Aspekten erfordern. Je mehr Kriterien erfüllt werden, desto höher ist die erreichte Gesamtpunktzahl des Gebäudes und desto besser die Auslobung des Gebäudes.

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 für alle gängigen Gebäudezertifizierungssysteme.

## Produktinformationen und Sicherheitsdatenblätter

Für die sachgerechte Anwendung unserer Produkte stellt UZIN UTZ umfassende Produktinformationen wie beispielsweise technische Merkblätter und Sicherheitsdatenblätter zur Verfügung. Über alle Marken hinweg werden rund 8.000 Sicherheitsdatenblätter in bis zu 20 verschiedenen Sprachen verwaltet und auf unseren Webseiten und in verschiedenen Produktdatenbanken aktuell gehalten. Darüber hinaus werden auf unseren Markenwebseiten eine Reihe weiterer Dokumente für unsere Produkte bereitgestellt. Darunter befinden sich neben regulatorisch geforderten Nachweisen auch Emissionszertifikate (z.B. EMICODE EC 1 Plus, Blauer Engel, M1, bauaufsichtliche Zulassungen), aber auch immer wichtiger werdende umweltbezogene Produktinformationen, wie Umweltproduktdeklarationen (EPDs) oder Nachhaltigkeitsdatenblätter. Diese Dokumente stehen über unsere Markenhomepages beim jeweiligen Produkt allen Interessenten ohne vorherige Registrierung zum Download zur Verfügung.

## Neugestaltung unserer Nachhaltigkeitsdatenblätter

Um Kunden und Partnern die Bewertung von Produkten für nachhaltige Bauprojekte zu erleichtern, wurde im Berichtsjahr die Bereitstellung von

Nachhaltigkeitsinformationen grundlegend optimiert. Die Nachhaltigkeitsdatenblätter (NDB) wurden vollständig überarbeitet und präsentieren sich nun in einem neuen, übersichtlichen Design, das dem Corporate Design des Unternehmens entspricht.

Ein wesentlicher Fortschritt ist die Fokussierung auf die entscheidenden Inhalte. So ist die Eignung eines Produkts für gängige Gebäudezertifizierungssysteme jetzt auf einen Blick ersichtlich. Darüber hinaus wurden diese zentralen Nachhaltigkeitsinformationen zusätzlich direkt in die regulären Produktdatenblätter (PDB) integriert. Dieser Schritt erhöht die Transparenz und Effizienz, da Kunden alle relevanten Daten für ihre Projektplanung gebündelt an einem Ort finden.

## Digitalisierung

**Unser übergeordnetes Ziel ist es, den digitalen Wandel erfolgversprechend 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 Services für unsere Kunden

Durch fortschreitende Digitalisierung und effizientes Datenmanagement erzielen wir nicht nur einen Mehrwert für unser Unternehmen, sondern auch für unsere Kunden. Unser Fokus liegt dabei auf der Unterstützung unserer Kunden und Partner bei Fragen zu unseren Produkten und auf der praktischen Hilfe auf Baustellen. Wir entwickeln kundennahe, digitale Lösungen und Services, die Händlern und Handwerkern im Alltag konkret helfen. Bei UZIN UTZ liegt unser Bestreben darin, unsere Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle noch besser auf die lokalen Bedürfnisse unserer Kunden abzustimmen und durch digitale Lösungen einen zusätzlichen Mehrwert zu schaffen.

Im Berichtsjahr haben wir neben unserer bereits etablierten App UZIN UTZ go unsere neue U-Club App eingeführt. Beide Anwendungen sind darauf ausgelegt, Handwerkern praxisnahe Hilfestellungen durch digitale Services zu geben.

### **UZIN UTZ go**

In der UZIN UTZ go App bündelt UZIN UTZ seine Markenwelt und digitalen Services in einer kompakten, mobilen Werkzeugkiste. Ergänzt wird das Angebot durch die Händler- und Ansprechpartner-Suche, sowie News, Seminare und YouTube-Inhalte. Damit können wir Arbeitsprozesse beschleunigen, Servicequalität erhöhen und Weiterbildung vor Ort ermöglichen.

### **U-Club**

Mit U-Club erhalten Nutzer einen einfachen Zugang zu allen Kundenvorteilen. Rechnungen können per Foto oder PDF hochgeladen werden. Die App erkennt auf der Rechnung automatisch, welche Produkte von UZIN UTZ gekauft wurden und vergibt auf den Umsatz Punkte. Diese können gegen Prämien aus einem Prämienkatalog eingetauscht werden.

### **Ausschreibungstexte aller Marken für die Bodenplanung**

Im Baugewerbe sind Ausschreibungen für Bauplaner, Architekten und Ingenieure von entscheidender Bedeutung. UZIN UTZ unterstützt die Fachleute mit einem umfangreichen Angebot an Ausschreibungstexten, die alle Segmente der Unternehmensgruppe abdecken. Dazu gehören Schnell- und Leichtestriche, Systeme zur Feuchtigkeitsabdichtung, Verlegesysteme für textile, elastische und Parkettböden, Verbundabdichtungen, Lösungen für die Fliesen- und Natursteinverlegung sowie Produkte für die Oberflächensanierung. Die Leistungsverzeichnisse sind in allen gängigen Formaten verfügbar, können über unsere [Webseite](#) abgerufen werden und lassen sich spezifisch auf individuelle Bedürfnisse zuschneiden, um die Planungsarbeit optimal zu unterstützen.

## Digitale Arbeitswelt

In den vergangenen Jahren wurde deutlich, wie essenziell die Digitalisierung für unsere Arbeitsprozesse geworden ist. Für die unternehmensinterne Kommunikation setzen wir daher unser Intranet „Quako“ ein, das auf dem Tool "Confluence" basiert und als zentrale Plattform für den Wissensaustausch und die Zusammenarbeit innerhalb der Gruppe dient. Mit Quako können wir unternehmens- und standortübergreifend Informationsseiten erstellen und verwalten, was die Koordination zwischen internen Abteilungen sowie die Kommunikation über verschiedene Standorte hinweg erheblich vereinfacht.

Zur Unterstützung im Bereich Aufgaben- und Projektmanagement nutzen wir das System „Jira“. Dieses Tool erweist sich besonders bei abteilungsübergreifenden und internationalen Projekten in einem dynamischen Arbeitsumfeld als äußerst vorteilhaft. Mit der Integration von Jira in unser Intranet steht dieses Projektmanagementtool nun konzernweit zur Verfügung, wodurch alle Projektmitglieder jederzeit den Überblick behalten, wer an welcher Aufgabe arbeitet. Aufgaben können klar verteilt und Prozessschritte transparent gestaltet werden, sodass die Planung und Durchführung von Projekten für alle Beteiligten nachvollziehbar sind.

## Nutzung Künstliche Intelligenz

Die Implementierung von Künstlicher Intelligenz (KI) ist ein zentraler Baustein in der zukünftigen Ausrichtung von UZIN UTZ. Sie ermöglicht es uns Kosten zu senken, neue Kundenkreise zu erschließen und dem Fachkräftemangel proaktiv entgegenzuwirken.

Ein Kernprojekt ist das unternehmensweite „UZIN UTZ AI Cockpit“. Eine Plattform, die bereits über 130 KI-Assistenten für Anwendungsfälle wie Bildgestaltung, Materialanalyse, anspruchsvolle Übersetzungen und Textgenerierung und -analyse bündelt. Als „Motor“ für diese Assistenten stehen 6 unterschiedliche KI-Modelle von Google, Anthropic und OpenAI zur Verfügung. Ziel ist es, allen Mitarbeitenden einen einfachen und sicheren Zugang zu generativer KI zu ermöglichen, auf diesem Wege

die Effizienz auf allen Ebenen zu steigern und schließlich die Organisation für noch größere zukünftige KI-Projekte zu öffnen.

Darüber hinaus nutzen wir KI zur Optimierung unserer Logistikprozesse. Ein intelligenter „Thermotransport-Agent“ analysiert Liefer- und Wetterdaten, um die Notwendigkeit kostenintensiver Thermotransporte für temperaturempfindliche Produkte zu minimieren. Das System spricht Empfehlungen über die Versandart aus und trägt so maßgeblich zur Kosteneinsparung bei. Ein weiterer spannender Anwendungsfall ist die lippensynchrone Übersetzung von Anwendungsvideos, um unseren Kunden global einen einfacheren Zugang zu unserem Know-how bei der Verarbeitung unserer Produkte bieten zu können.

Um dem wachsenden Fachkräftemangel im Handwerk zu begegnen, treiben wir zudem die Entwicklung KI-gesteuerter Robotiklösungen voran. In Zusammenarbeit mit industriellen Partnern entstehen kompakte, akkubetriebene Geräte, die Handwerker bei ergonomisch anspruchsvollen Aufgaben (z.B. Abschleifen von Bodenbelägen) entlasten. Dies ermöglicht es den Fachkräften, sich auf die spannenderen Spezialfälle zu konzentrieren und steigert so die Attraktivität des Berufsfeldes.

29 / 61

## PLANET

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. Mit unserer Strategie PASSION 2025 hatten wir uns zum Ziel gesetzt, unsere unternehmerische Treibhausgasbilanz zu erfassen und die durch unsere Geschäftstätigkeit verursachten

Treibhausgasemissionen (THG-Emissionen) bis zum Jahr 2025 um 25 %, im Vergleich zu 2019, zu reduzieren (in Bezug auf unsere Kern- und Wachstumsländer).

In der Folge von gezielten Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz, dem Ausbau erneuerbarer Energien sowie der Optimierung logistischer Prozesse, konnten die direkten und energiebezogenen indirekten THG-Emissionen in definierten Kern- und Wachstumsländer im Vergleich zum Basisjahr 2019 bis zum Jahr 2025 um 24,9 % reduziert werden.

Im regionalen Umfeld unserer Geschäftstätigkeit übernehmen wir zudem gesellschaftliche Verantwortung, 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.

## Betrieblicher Umweltschutz

**Alle unsere Produktions- und Vertriebsstandorte sollen effizient, umwelt- und klimafreundlich betrieben werden. Dazu gehört die Einsparung von Energie und die Reduktion unserer direkten und energiebezogenen indirekten Treibhausgasemissionen.**

## Umwelt-, Ressourcen- und Klimaschutz

Mit dem Klimawandel steht die Menschheit einer enormen globalen Herausforderung gegenüber. Ganze Ökosysteme sind stark beeinträchtigt und bedroht, Extremwetterereignisse häufen sich und irreversible Kipppunkte im Klimasystem drohen erreicht zu werden. Die Veränderungen haben zunehmende Folgen für unsere Lebensgrundlage und stellen ein immer größeres Risiko für die wirtschaftliche Stabilität dar.

Umwelt- und Klimaschutz nehmen daher auch in unseren unternehmerischen Prozessen einen hohen Stellenwert ein. Im Rahmen unseres Umweltdatenmanagements sind in den Tochtergesellschaften der Kern- und

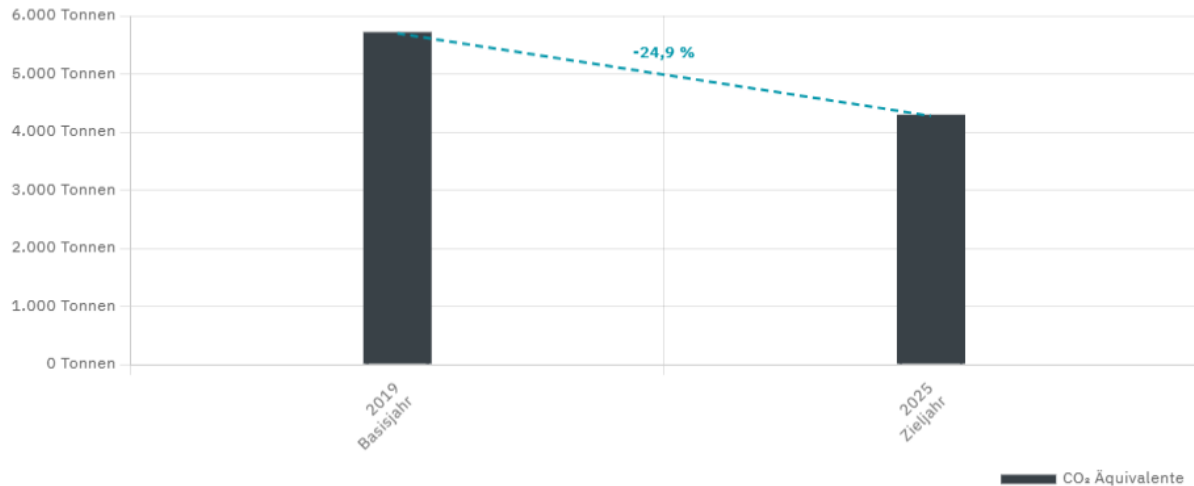
Wachstumsländer eigene Nachhaltigkeitsbeauftragte etabliert. Für diese Standorte erfassen wir seit 2019 jährlich individuelle Corporate Carbon Footprints. Um das Erreichen unseres unternehmensweiten Reduktionsziels von bis zu 25 % bewerten zu können, haben wir jährlich eine Projektion unserer abgeschätzten Treibhausgasemissionen im Zieljahr unter Berücksichtigung unseres unternehmerischen Wachstums sowie aller bereits umgesetzten oder geplanten Maßnahmen erstellt. Aufgrund dessen konnten wir in den letzten Jahren wichtige Reduktionshebel erkennen und können auch künftig gegebenenfalls weitere notwendige Reduktionsmaßnahmen einleiten.

## PLANET-Ziel 2025

Im Rahmen der PASSION 2025-Strategie hatten wir uns zum Ziel gesetzt, die Scope 1-Emissionen und Scope 2-Emissionen in unseren Kern- und Wachstumsländern bis zum Jahr 2025 im Vergleich zum Basisjahr 2019 um 25 % zu senken. Unser Reduktionsziel von 25 % war bewusst als absolutes Ziel definiert, das nicht an Umsatz- oder Produktionsmengen gekoppelt war. Die THG-Reduktion wurde somit unabhängig von unserem Unternehmenswachstum angestrebt: Seit 2019 konnten wir unser Geschäft erfolgreich ausbauen, neue Standorte in Betrieb nehmen und sowohl Umsatz als auch Produktionsvolumen deutlich steigern. Das bedeutete, dass die wachstumsbedingten THG-Emissionen zusätzlich durch entsprechende Maßnahmen ausgeglichen werden mussten.

Trotz dieser Entwicklung und unserem Wachstum ist es uns gelungen, die absoluten THG-Emissionen in Scope 1 und 2 um 24,9 % zu reduzieren und unser Ziel damit zu erreichen. In der nachfolgenden Abbildung ist die Entwicklung unserer Scope 1- und Scope 2-Emissionen vom Basisjahr 2019 bis zum Zieljahr 2025 dargestellt.

**VERGLEICH DER SCOPE 1- UND SCOPE 2-EMISSIONEN: BASISJAHR 2019 UND ZIELJAHR 2025**

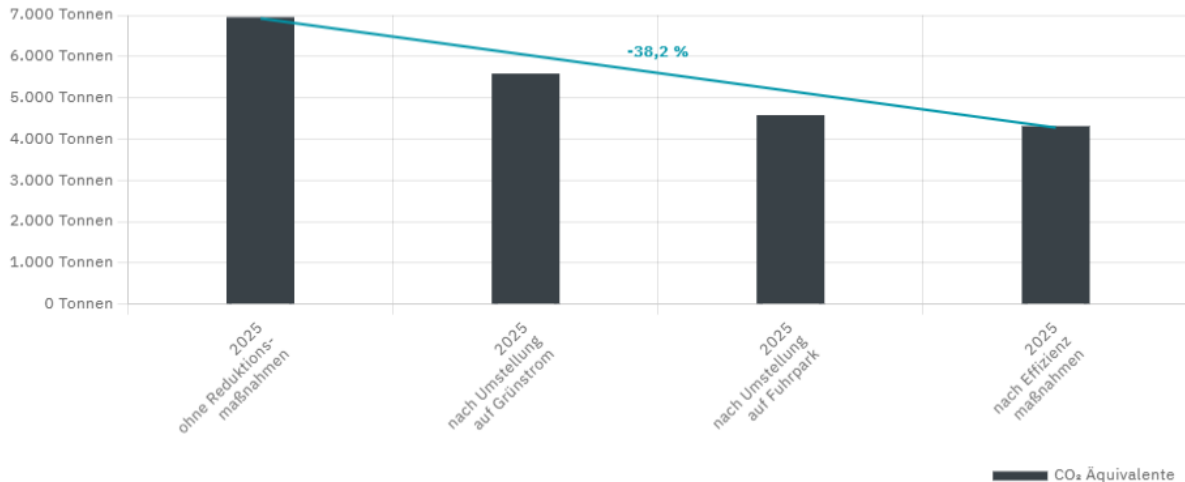


Zur Verdeutlichung der Reduktionsmaßnahmen wurde in einer weiteren Grafik für das Zieljahr 2025 ein Szenario berechnet, das die THG-Emissionen ohne Berücksichtigung der ergriffenen Reduktionsmaßnahmen darstellt. Dieses ist auf der linken Seite abgebildet. Auf der rechten Seite sind die tatsächlich ermittelten THG-Emissionen im Jahr 2025 nach Umsetzung unserer Maßnahmen dargestellt.

Zudem ist aufgezeigt, wie sich im Zieljahr 2025 die Emissionsreduktion auf unsere größten Hebel verteilt: die Umstellung auf Grünstrom, die Elektrifizierung des Fuhrparks sowie weitere Effizienzmaßnahmen.

Die Grafik macht deutlich, dass wir im Jahr 2025 insgesamt 38,2 % der THG-Emissionen im Vergleich zum Szenario ohne Maßnahmen einsparen konnten. Die Differenz zur kommunizierten Reduktion von 24,9 % aus der oberen Abbildung stellt im Wesentlichen den Kompensationsanteil im Zieljahr dar, der zusätzlich erforderlich war, um unser Wachstum auszugleichen.

VERTEILUNG DER SCOPE 1- UND SCOPE 2-EMISSIONSREDUKTION 2025 AUF DIE WICHTIGSTEN REDUKTIONSHABEL



## Corporate Carbon Footprint

33 / 61

Im Berichtsjahr haben wir den Corporate Carbon Footprint (CCF) für alle Konzerngesellschaften nach dem Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) ermittelt. Er umfasst die unternehmensweiten Scope 1-Emissionen und Scope 2-Emissionen, die bereits als Basis für unser Reduktionsziel in den Kern- und Wachstumsländern dienen. Zusätzlich erfasst der CCF auch die wesentlichen Scope-3-Emissionen entlang der Wertschöpfungskette. Damit schafft er eine neue, umfassende Datengrundlage für unser Klimamanagement und die Weiterentwicklung unserer Reduktionsstrategie. Die gewonnene Transparenz über alle THG-Emissionsquellen hilft uns zu erkennen, wo wir heute stehen und welche Handlungsfelder wir zukünftig priorisieren müssen.

Scope 1-Emissionen sind direkte Emissionen aus eigenen Quellen, beispielsweise die Verbrennung von Brennstoffen für Heizsysteme oder den Kraftstoffverbrauch unseres eigenen oder geleasteten Fuhrparks. Bei UZIN UTZ treten keine direkten Emissionen aus chemischen oder physikalischen Prozessen auf, die über die Emissionen aus der direkten Verbrennung fossiler Brennstoffe hinausgehen. Zu Scope 2-Emissionen zählen indirekte Emissionen aus eingekauftem Strom und Wärme. Hierbei wird sowohl die standortbasierte (location-based) als auch die

marktbasierte (market-based) Berechnungslogik angewendet: Bei der standortbasierten Methodik wird der durchschnittliche Strommix einer bestimmten Region zugrunde gelegt, während die marktbasierte Methodik auch vertragliche Instrumente, wie beispielsweise der Bezug von Ökostrom mit Herkunftsnachweisen, berücksichtigt. Scope 3-Emissionen umfassen die vor- und nachgelagerten THG-Emissionen entlang der Wertschöpfungskette, die weder in Scope 1 noch in Scope 2 enthalten sind. Für UZIN UTZ werden die wesentlichen Scope 3-Kategorien „Erworbene Waren und Dienstleistungen“, „Nachgelagerter Transport“ sowie „Behandlung von Produkten am Ende der Lebensdauer“ erfasst.

### Maßnahmen zum betrieblichen Umweltschutz (Scope 1 & 2)

In Hinblick auf den betrieblichen Umweltschutz setzen wir weiterhin auf Energieeffizienz sowie auf erneuerbare Energien. Konzernweit beziehen über 70 % unserer Unternehmensstandorte Strom aus erneuerbaren Energien oder haben zusätzlich Photovoltaikanlagen zur Stromerzeugung installiert. Insgesamt sind an unseren Standorten Photovoltaikanlagen mit einer installierten Leistung von über 1.850 kWp in Betrieb. Im Jahr 2025 lag unser Stromverbrauch bei 10.719 MWh, wovon 93 % aus erneuerbaren Energien stammten.

Eine Gesamtübersicht des Energieverbrauchs des Uzin Utz Konzerns findet sich nachfolgend:

| <b>Energie, Uzin Utz Konzern (in MWh)</b>     | <b>2025</b> |
|---|-------------|
| Strom   | 10.719,0    |
| Fernwärme                                     | 2.832,4     |
| Gas (Propangas, Erdgas und kompensiertes Gas) | 4.178,0     |
| Heizöl  | 413,2       |

|                       |                 |
|-----------------------|-----------------|
| Pellets               | 511,0           |
| Sonstige              | 58,0            |
| <b>Gesamt Energie</b> | <b>18.711,7</b> |

### RECs an unseren Standorten in den USA

Seit 2025 beschafft die Uzin Utz North America, Inc. für die Standorte Waco, Dover und Aurora in den USA sogenannte Renewable Energy Certificates (RECs). RECs sind in den USA anerkannte, handelbare Herkunftszertifikate, die den Nachweis für den Bezug von erneuerbarem Strom erbringen. Ein REC entspricht einer MWh Strom aus erneuerbaren Quellen wie Wind, Solar oder Biomasse. Der gezielte Einsatz von RECs unterstützt unsere Strategie zur Dekarbonisierung der Standorte in den USA.

### Zwei neue Geothermie-Wärmepumpen

Am Standort der Uzin Utz Schweiz AG in Buochs wurde die bislang eingesetzte Ölheizung durch eine Geothermie-Wärmepumpe ersetzt. Auch am Standort der Uzin Utz Nederland B.V. in Haaksbergen ist eine neue Geothermie-Wärmepumpe im Einsatz. Geothermie ist eine erneuerbare Energiequelle, die Wärme aus dem Erdinneren nutzt und damit kontinuierlich und zuverlässig verfügbar ist. Durch den Einsatz einer Geothermie-Wärmepumpe wird dem Boden Energie zur Beheizung von Gebäuden und zur Warmwasserbereitung entzogen.

### Ausbau der PV-Anlagen in England

Am Standort Rugby der Uzin Utz United Kingdom Ltd. wurde im Jahr 2024 eine neue Photovoltaikanlage mit einer Leistung von rund 24 kWp in Betrieb genommen. Neben den Büroflächen in Rugby wird auch das Trainingscenter in Stafford bereits seit längerer Zeit durch Solarmodule mit Strom versorgt. Damit kann an beiden unserer Standorte in England zunehmend auf Sonnenenergie zurückgegriffen werden.

## Umstellung unseres Fuhrparks

Im Rahmen der Optimierung unserer logistischen Prozesse und zur Reduktion unserer konzernweiten THG-Emissionen treiben wir die Elektrifizierung unserer Fahrzeugflotte gezielt voran. Derzeit wird unser Fuhrpark konzernweit zu 36 % mit Elektro- und Hybridfahrzeugen betrieben. Alleine im Berichtsjahr 2025 erhöhten wir die Anzahl der Elektrofahrzeuge konzernweit um 29 %.

## Wesentliche Scope 3-Kategorien und Maßnahmen

Der konzernweite CCF umfasst zudem die wesentlichen Scope 3-Kategorien entlang der Wertschöpfungskette. Für UZIN UTZ werden die wesentlichen Scope 3-Kategorien „Erworbene Waren und Dienstleistungen“, „Nachgelagerter Transport“ sowie „Behandlung von Produkten am Ende der Lebensdauer“ erfasst. Auf diese Kategorien haben wir im Berichtsjahr besonderen Fokus gelegt und Maßnahmen ergriffen, welche entweder die Erfassung der THG-Emissionen erleichtern oder reduzieren.

36 / 61

### Kategorie 3.1

Die Kategorie 3.1 bezieht sich auf “Erworbene Waren und Dienstleistungen” und umfasst die THG-Emissionen aus den von uns eingekauften Rohstoffen, wie beispielsweise Zement und Dispersionen. Sie stellt die größte THG-Emissionsquelle innerhalb unserer Scope 3-Kategorien dar. Aufgrund dieses hohen Anteils setzen wir hier einen besonderen Fokus und haben im Berichtsjahr vielfältige Maßnahmen ergriffen, wie beispielsweise die Entwicklung der UZIN FusionTec-Technologie sowie den verstärkten Einsatz biobasierter Rohstoffe unter Anwendung des Biomassebilanz-Verfahrens.

### Kategorie 3.9

Die Kategorie 3.9 bezieht sich auf den “Nachgelagerten Transport”. Hierbei handelt es sich um THG-Emissionen aus den nachgelagerten Logistikprozessen, die durch

den Transport unserer Produkte nach Verlassen unserer Standorte entstehen. Dazu zählen insbesondere Transporte per Lkw, Bahn und Schiff zu unseren Kunden. Zur Erfassung dieser THG-Emissionen wurden logistische Prozesse optimiert, wie beispielsweise ein internes Logistik-Tool entwickelt und ein Pilotprojekt mit einem elektrischen LKW zur Elektrifizierung der Lieferkette initiiert.

### **Kategorie 3.12**

Die Kategorie 3.12 bezieht sich auf die “Behandlung von Produkten am Ende der Lebensdauer” und umfasst die THG-Emissionen, die bei der Entsorgung unserer Produkte nach ihrer Nutzungsphase entstehen. Dazu zählen insbesondere die Entsorgung auf Deponien oder Müllverbrennung sowie Recyclingprozesse. Sie stellt die zweitgrößte Scope 3-Kategorie von UZIN UTZ dar. Zur Reduktion dieser THG-Emissionen setzen wir unter anderem auf Produkte, die nach dem Biomassebilanz-Verfahren hergestellt werden.

Die im Folgenden dargestellte zusammenfassende, tabellarische Übersicht der THG-Emissionen bezieht sich auf das Berichtsjahr 2025 und umfasst alle wesentlichen Tätigkeiten und Unternehmen des Uzin Utz Konzerns nach dem operativen Kontrollansatz. Grundlage für die Berechnung des CCFs ist die Methodik des Corporate Standards des Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol), welches die THG-Emissionen in die drei beschriebenen Scopes unterteilt. Alle relevanten Treibhausgase (CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, HFKW/FKW, PFC, SF<sub>6</sub>, NF<sub>3</sub>) werden im Rahmen der Berechnung in CO<sub>2</sub>-Äquivalente (CO<sub>2</sub>e) anhand der entsprechenden Treibhausgaspotentiale umgerechnet. Die GWP-Werte basieren auf den neuesten Veröffentlichungen des IPCC und beziehen sich auf einen Zeitraum von 100 Jahren. Eine Ausnahme stellen die Emissionen aus Scope 2 der europäischen Standorte dar. Hier werden CO<sub>2</sub>- anstelle CO<sub>2</sub>e-Emissionsfaktoren verwendet, da die verwendete Datenbank der AIB keine Emissionsfaktoren mit CO<sub>2</sub>e anbietet.

37 / 61

|   |                  |
|---|------------------|
| <b>CCF, Uzin Utz Konzern</b> (in Tonnen CO <sub>2</sub> -Äquivalente) | <b>2025</b>      |
| <b>Scope 1 THG-Emissionen</b>   | 5.348,3          |
| Scope 1 THG-Bruttoemissionen*   | 5.348,3          |
| <b>Scope 2 THG-Emissionen</b>   | 1.323,7          |
| Standortbezogene Scope 2 THG-Bruttoemissionen*                        | 3.724,8          |
| Marktbezogene Scope 2 THG-Bruttoemissionen*                           | 1.323,7          |
| <b>Scope 3 THG-Emissionen</b>   | <b>204.520,2</b> |
| Erworbene Waren und Dienstleistungen                                  | 147.345,8        |
| Nachgelagerter Transport  | 23.226,4         |
| Behandlung von Produkten am Ende der Lebensdauer                      | 33.948,0         |
| <b>Gesamte THG-Emissionen</b>   | <b>211.192,3</b> |

*\*Die angegebenen Scope 1- und Scope 2-THG-Bruttoemissionen umfassen alle Treibhausgasemissionen der jeweiligen Scopes gemäß GHG Protocol vor Abzug etwaiger Kompensationen, Gutschriften oder CO<sub>2</sub>-Entnahmen. Bei UZIN UTZ entsprechen die THG-Bruttoemissionen den ausgewiesenen Scope 1- und Scope 2-THG-Emissionen, da im Berichtszeitraum keine Kompensationsmaßnahmen (z. B. Offsets, Zertifikate oder CO<sub>2</sub>-Entnahmen) durchgeführt wurden.*

## Naturnahe Werksgestaltung am Standort Ulm

Der Schutz der regionalen Biodiversität ist ein zentrales Anliegen von UZIN UTZ. Auf Basis einer Beratung durch das Projekt-Team „UnternehmensNatur“ des NABU Baden-Württemberg im Herbst 2021 wurde ein modulares Maßnahmenkonzept zur

39 / 61

naturnahen Gestaltung des rund 38.000 m<sup>2</sup> großen Werksgeländes am Standort der Uzin Utz SE in Ulm entwickelt. Dabei wurden verschiedene Potenzialflächen für Renaturierung und naturnahe Gestaltung identifiziert. Seitdem haben wir verschiedene Module zur Naturnahen Werksgestaltung umgesetzt, beispielsweise die Anlage einer Wildblumenwiese, eines Magerstandorts und einer Fassaden- und Zaunbegrünung. Zur Fortführung der naturnahen Werksgestaltung auf dem Gelände der Uzin Utz SE wurden im Mai 2025 im Rahmen einer Mitarbeiteraktion Kiesflächen am Eingang zwischen Werk 1 und dem Verwaltungsgebäude in der Dieselstraße in ökologisch wertvolle Staudenbeete umgewandelt. Unter fachkundiger Anleitung eines Gartenbauunternehmens wurden mehrjährige Stauden, Kletterpflanzen an Zäunen, verschiedene Gräser sowie ein Apfelbaum (Toringo) gepflanzt. Die Aktion stärkte das Bewusstsein der Mitarbeitenden für ökologische Zusammenhänge und trägt lokal zur Verbesserung des Mikroklimas sowie zur Förderung der Biodiversität bei. Darüber hinaus wurden im Herbst 2025 neue Vogelschlagschutzfolien am Übergang zwischen Werk 1 und der Verwaltung in Ulm angebracht, welche die bereits bestehenden Schutzfolien am Eingangsbereich des Forschungs- und Entwicklungsgebäude ergänzen. Durch das Anbringen der Folien kann die Sterblichkeitsrate bei Vögeln reduziert werden und die Artenvielfaltserhaltung unterstützt werden.

Seit kurzem ist unser naturnahes Werksgelände zudem interaktiv. An den verschiedenen Modulen auf dem Gelände finden sich Informationsschilder mit QR-Codes. Der Code lässt sich mit dem Smartphone scannen und führt direkt auf die neue Website "[Naturnahes Werksgelände in Ulm](#)". Hier finden sich alle bislang umgesetzten Module im Rahmen des Maßnahmenkonzepts der naturnahen Werksgestaltung.

## Lebenszyklusanalysen und nachhaltige Rohstoffe

### Lebenszyklusanalysen

Intern erstellen wir Ökobilanzen als Grundlage für umweltbezogene Vergleiche, Entscheidungen und Zielsetzungen. Wir verwenden die Ergebnisse z.B. als Basis für unsere Klimaschutzziele im Bereich der Rohstoffe und Verpackungen. Hierbei dient

die Lebenszyklusanalyse (LCA) als Methode zur Quantifizierung potentieller Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen über ihren gesamten Lebensweg hinweg. Sie basiert auf den allgemeinen internationalen Normen ISO 14040 und ISO 14044 und kann in insgesamt vier Phasen unterteilt werden. Die erste Phase unserer Analyse konzentriert sich auf die Festlegung der Ziele und des Anwendungsbereichs. Anschließend werden alle materiellen und energetischen Inputs und Outputs erfasst, die im Lebenszyklus unserer Produkte auftreten. Zu den Inputs zählen unter anderem die eingesetzten Rohstoffe, sowie die verbrauchten Energie- und Wassermengen. Die Outputs umfassen Abfälle und Emissionen, die sowohl in der vorgelagerten Wertschöpfungskette als auch während der Herstellung, Nutzung und am Ende des Lebenszyklus entstehen. Basierend auf diesen Daten wird die Wirkungsanalyse durchgeführt und Kennzahlen wie das Treibhauspotenzial (GWP), auch bekannt als Carbon Footprint oder CO<sub>2</sub>-Bilanz erstellt. In der abschließenden Phase bewerten wir die Ergebnisse: Wir identifizieren Potenziale für einen effizienteren Einsatz von Energie und Rohstoffen und erkennen Umweltbelastungen wie Schadstoffausstoß und Abfallaufkommen. Diese Erkenntnisse ermöglichen es uns, Maßnahmen zu entwickeln, um die Umweltbelastungen zu minimieren.

40 / 61

### **Einsatz nachhaltigerer und biobasierter Rohstoffe**

Seit 2021 bezieht UZIN UTZ sogenannte Biomass Balance Rohstoffe, welche im Vergleich zu fossilen Rohmaterialien eine deutlich geringere CO<sub>2</sub>-Bilanz, trotz chemisch identischer Eigenschaften, aufweisen. Im Berichtsjahr 2025 wurden insgesamt 2.918 Tonnen Biomass Balance Rohstoffe eingekauft. Zusätzlich dazu konnten wir durch den Einsatz nachwachsender und regionaler Rohstoffe im Bereich der Öle unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck im Vergleich zu bisherigen Parkettölen um knapp zwei Drittel senken. Mit unserem ECO<sub>2</sub> CHOICE Label legen wir den Fokus weiterhin auf die Verbesserung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks und optimieren stets die Produkte unserer Marken UZIN, PALLMANN, codex und Arturo.

## Managementsysteme und Verantwortlichkeiten

Unser integriertes “Managementsystem für verantwortungsvolles Handeln” orientiert sich an den international anerkannten Normen DIN EN ISO 9001 und DIN EN ISO 14001. Dieses System strukturiert Verantwortlichkeiten und betriebliche Abläufe, wobei es als Fundament für stetige Verbesserungen im Bereich Umweltschutz dient. Die Verantwortung für sämtliche umweltbezogene Angelegenheiten unseres Betriebs trägt der Ausschuss für Umwelt. Dieser Ausschuss trifft sich regelmäßig, um über aktuelle Umweltgesetze und relevante Themen zu beraten. Zu seinen Mitgliedern zählen Experten in den Bereichen Umweltmanagement, Gefahrstoffe, Abfallwirtschaft, Energie- und Wassermanagement, Brandschutz, Arbeitssicherheit und Nachhaltigkeit.

Sowohl die Uzin Utz SE als auch die Sifloor AG erhielten im Rahmen eines Zertifizierungsaudits die Zertifizierungen nach DIN ISO 9001 und DIN ISO 14001. Darüber hinaus ist auch die Uzin Utz Tools GmbH & Co. KG gemäß DIN ISO 9001 zertifiziert. Ziel dieses systematischen Qualitätsmanagements ist die kontinuierliche Verbesserung der Unternehmensleistung, was den auditierten Gesellschaften umfassend bescheinigt wurde.

41 / 61

## 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 eine umfassende Bewertung unserer Geschäftsbeziehungen sicherzustellen, führen wir bei mehreren Gesellschaften des Uzin Utz Konzerns eine jährliche

Lieferantenbewertung durch. Dazu zählen die Uzin Utz SE, die codex GmbH & Co. KG, die Sifloor AG, die Uzin Utz Schweiz AG, Uzin Utz Nederland B.V. und INTR. B.V.

So vergeben wir beispielsweise im Rahmen der Bewertungen bei der Uzin Utz SE und der codex GmbH & Co. KG Punkte für Kriterien wie Liefer- und Mengentreue, Produktqualität, Preisgestaltung und Zuverlässigkeit. Die einzelnen Kriterien werden gewichtet und zu einem Gesamtergebnis zusammengefasst. Bei Unterschreitung festgelegter Mindestpunktzahlen entwickeln wir gemeinsam mit den betroffenen Lieferanten Strategien, um die Zielvorgaben zu erreichen. Dieser Ansatz ermöglicht es uns, die Qualität unserer Lieferantenbeziehungen kontinuierlich auf hohem Niveau zu halten und gleichzeitig die Kosten zu überwachen. In den letzten Jahren haben wir zusätzlich ökologische und soziale Aspekte in unsere Bewertungskriterien integriert. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der Innovationskraft der Lieferanten in Bezug auf grüne Technologien und die Reduzierung des Carbon Footprints, wodurch wir nachhaltige Werte in unseren Lieferketten fördern.

Die zentrale Einkaufsabteilung der Uzin Utz SE qualifiziert zudem möglichst viele Rohstoffe von unterschiedlichen Lieferanten. Durch diese Mehrlieferantenstrategie reduziert der Konzern die Anfälligkeit gegenüber lokal begrenzten Störungen und Extremwetterereignissen. Neben der Uzin Utz SE verfolgen noch weitere Tochtergesellschaften eine Mehrlieferantenstrategie für ausgewählte Rohstoffe, um ihre Abhängigkeiten von einzelnen Lieferanten bewusst zu vermeiden: Hierzu zählen unter anderem die Uzin Utz Nederland B.V., die Uzin Utz North America, Inc., die Uzin Utz Schweiz AG sowie die Uzin Polska Produkty Budowlane Sp.zo.o.

42 / 61

## Ressourceneffiziente Verpackungen

Zur Steigerung der Ressourceneffizienz und zum Schutz des Klimas setzen wir auf alternative Verpackungen und Verpackungsmaterialien, wodurch wir den Verpackungsmüll sowohl in unserem Werk als auch auf Baustellen reduzieren.

Seit 2014 bieten wir in unserem Sortiment von Flüssigprodukten die "Cube-It-Simple" Verpackung an. Diese umweltfreundliche Lösung besteht aus einem recycelten Umkarton und einem darin enthaltenen Kunststoffbeutel. Die Bag-in-Box-Verpackung ermöglicht im Vergleich zu herkömmlichen Kanistern eine

Kunststoffeinsparung bis zu 85 % und kann getrennt entsorgt werden. Da diese Art der Verpackung nicht für alle Anwendungsbereiche auf Baustellen geeignet ist, arbeiten wir kontinuierlich an neuen Lösungen, um übliche Kunststoffkanister durch umweltverträglichere Materialien zu ersetzen.

Bereits vor zwei Jahren haben wir das Material unserer Schrumpffolie, das zur Sicherung unserer Produkte auf Paletten dient, erfolgreich umgestellt. Die neue Folie enthält 30 % recyceltes Material. Außerdem setzen wir bei einigen unserer Pulverprodukte eine um 50 % reduzierte Foliendicke als Innenauskleidung in Papiersäcken ein, was eine Halbierung des Kunststoffverbrauchs ermöglicht, ohne die Lagerstabilität der Produkte zu beeinträchtigen. Die Umstellung auf eine dünnere Foliendicke bei weiteren Produktsäcken ist nach wie vor in Prüfung.

### **Einsatz von recyceltem Kunststoff**

Seit 2016 setzen wir kontinuierlich auf nachhaltigere Verpackungslösungen und verwenden zunehmend Post-Consumer-Rezyklate (PCR) sowie Post-Industrial-Rezyklate (PIR) für unsere Gebinde. Im Jahr 2021 haben wir die Umstellung vieler Kanisterverpackungen von Neuware auf PCR erfolgreich umgesetzt.

Ab Mitte 2022 kam es vereinzelt zu Leckagen bei einigen Kunststoffkanistern, weshalb wir in bestimmten Fällen vorübergehend wieder auf Neuware umstellen mussten. Vor einer erneuten flächendeckenden Umstellung auf PCR werden daher alle betroffenen Kanister intensiv geprüft und nur nach erfolgreichem Test wieder eingesetzt. Unser langfristiges Ziel bleibt unverändert: die vollständige Rückführung aller Kanisterverpackungen auf PCR-Material. Die Deckel aus PCR-Material sind weiterhin im Einsatz.

### **UZIN IQSeal – Neue Siegelfolie**

Bei der Marke UZIN wurde im Oktober 2025 eine neue, wiederverwendbare Siegelfolie für STP-Klebstoffe im Gebinde eingeführt. Die Folie dichtet den Randbereich des Deckels zuverlässig ab und verhindert das Aushärten des Klebstoffes, sodass angebrochene Gebinde ohne Qualitätsverlust des Produktes länger verwendet werden können. Dadurch wird die Entsorgung von Restmengen

deutlich reduziert. Gleichzeitig entfällt der Einsatz bisher notwendiger zusätzlicher Verpackungs- und Schutzelemente wie Einlegefolien, Trockenbeutel, Luftpolsterschläuche und Ersatzfolien.

Weitere Informationen zu UZIN IQSeal und zur Anwendung finden sich auf [YouTube](#).

### **Rücknahmesystem in den Niederlanden**

Uzin Utz Nederland B.V. und der Großhändler INTR. B.V. haben in den Niederlanden bereits im Jahr 2024 einen Recyclingservice für Kunststoffverpackungen gestartet. In Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten können Kunden ihre leeren Eimer und Kanister zur 100 %igen Wiederverwertung zurückgeben und bei den INTR.-Stellen abgeben. Seitdem wurden im Jahr 2025 über 6.000 kg CO<sub>2</sub> eingespart. Die Berechnung der CO<sub>2</sub>-Einsparung basiert auf der Methodik von BlueTerra (2025).

Uzin Utz Nederland B.V.: 3.176 kg CO<sub>2</sub>

INTR. B.V.: 3.285 kg CO<sub>2</sub>

44 / 61

### **Initiative zur Elektrifizierung der Lieferkette in den Niederlanden – Pilotprojekt mit elektrischem LKW**

In Zusammenarbeit mit dem langjährigen, regionalen Transportpartner HST aus Enschede wurden im Rahmen eines Pilotprojekts Maßnahmen zur Elektrifizierung der Lieferkette initiiert. Im Jahr 2025 wurde ein elektrisch betriebener LKW speziell für Uzin Utz Nederland B.V. und INTR. B.V. konfiguriert und in Betrieb genommen. Das Fahrzeug verfügt über eine Reichweite von rund 350 Kilometern und kommt zunächst in der Region Ost-Niederlande (Twente) zum Einsatz. Das Projekt dient der Erprobung emissionsarmer Transportlösungen und bildet die Grundlage für eine schrittweise Ausweitung elektrischer Transporte in den Niederlanden.

## 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

Als Familienunternehmen legen wir großen Wert darauf, die Arbeit lokaler, gemeinnütziger Initiativen in den Bereichen Kultur, Sport, Bildung, Umweltschutz und soziales Engagement zu unterstützen. Besonders Vereine, die sich durch ehrenamtliches Engagement auszeichnen, leisten Hervorragendes. Wir erkennen, dass die regulären Einnahmen von Sportvereinen, wie Mitgliedsbeiträge und Ticketverkäufe, oft nicht ausreichen, um notwendige Investitionen zu tätigen. Uns ist es als Familienunternehmen ein Anliegen, als verlässlicher Partner durch Spenden und Sponsoring die Aktivitäten dieser Vereine zu stärken. Diese Unterstützung ermöglicht es uns, Vereinen und Organisationen zu helfen und gleichzeitig unseren Mitarbeitern besondere Aktivitäten anzubieten. Zudem erhöht es unsere Sichtbarkeit in der Region als Unternehmen und Arbeitgeber. In Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit ist es uns besonders wichtig, unsere gesellschaftliche Verantwortung in der Region aktiv zu erfüllen.

Mit einem konzernweiten Engagement von über 740.000 Euro in Form von Spenden und Sponsoring möchten wir als unterstützender Partner zur Seite stehen. Nachfolgend findet sich eine Auswahl der Projekte, die von der Uzin Utz SE und den Tochtergesellschaften gefördert werden.

| <b>Uzin Utz Konzern</b> (in EUR) | <b>2025</b> | <b>2024</b> |
|----------------------------------|-------------|-------------|
| Spenden und Sponsoring           | 743.596,4   | 787.904,9   |

## Grünfinder

Seit 2017 bekräftigt die Uzin Utz SE ihr soziales Engagement in der Region durch die Unterstützung des Projekts Grünfinder, eine Initiative der Kinderstiftung Ulm/Donau-Iller, die speziell für benachteiligte Kinder entwickelt wurde. Das Projekt basiert auf einem Naturpädagogik-Konzept und zielt darauf ab, Kindern aus sozial schwächeren Familien ein grundlegendes Verständnis für Natur und Umwelt zu vermitteln und sie zu einer aktiven Freizeitgestaltung anzuregen. Im Einklang mit unserer Verpflichtung zur Klimawin BW leisten wir jährlich einen Beitrag von 5.000 Euro zur Unterstützung der Grünfinder und ihrer wertvollen Arbeit. Im Rahmen der Spendenübergabe im Oktober besuchte unser Vorstandsmitglied Julian Utz eine Grünfinder-Gruppe an der Grundschule Neu-Ulm Stadtmitte. „Als regional verwurzelt ist es uns ein Anliegen, Chancengleichheit beim Aufwachsen von Kindern in der Region zu fördern. Die naturpädagogische Arbeit der Grünfinder leistet dazu einen wichtigen Beitrag“, so Julian Utz.

## Nachhaltigkeitsprojekte mit den Schülern des Bertha-von-Suttner-Gymnasiums

Die Uzin Utz SE hat seit einigen Jahren eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem Bertha-von-Suttner-Gymnasium in Neu-Ulm/Pfuhl. Die Kooperation ist ursprünglich aus zwei Projekten im Schuljahr 2023/2024 hervorgegangen. Hier unterstützte das Unternehmen zwei Seminare der 11. Jahrgangsstufe – „SMART DATA – Voraussetzungen für einen habitalen Planeten“ und „Urban Gardening“ – und organisierte einen Präsentationsnachmittag mit anschließender Werksführung, die den Schwerpunkt auf betriebliche Biodiversitätsmaßnahmen legte. Aufbauend auf den Aktivitäten des Seminars „Urban Gardening“ wurde im Schuljahr 2024/2025 erstmals ein klassenübergreifender Wahlkurs zu diesem Thema angeboten und gefördert. Schülerinnen und Schüler legten Hochbeete an, pflanzten Gemüse und

pflegten vorhandene Grünflächen. Dies leistet einen Beitrag zur praktischen Umweltbildung und zur Förderung von Verantwortungsbewusstsein. Der Kurs wird im kommenden Schuljahr fortgeführt.

### **Clean-Up Aktionen in Ulm und Haaksbergen**

Im Frühling haben sich mehrere Mitarbeiter am Standort Ulm an der jährlichen „Frühjahrsputzete“ der Entsorgungsbetriebe der Stadt Ulm beteiligt und gemeinsam Müll im Umfeld des Standorts gesammelt. Auch in den Niederlanden haben sich im Herbst zahlreiche Kollegen während der Mittagspause zusammengefunden, um das Gelände rund um den Standort in Haaksbergen von Abfällen zu befreien. Mit Handschuhen, Müllsäcken und großem Engagement wurden Grünflächen gesäubert, Abfälle entfernt und so die Umgebungen der beiden Firmengelände sauberer und einladender gestaltet.

### **Spendenaktionen**

Nachfolgend finden Sie eine Reihe unserer getätigten Spendenaktionen aus dem Berichtsjahr:

#### **Spende an das Kinderhospiz Burgholz**

Uzin Utz Tools (WOLFF und Pajarito) setzt in diesem Jahr bewusst ein Zeichen der Solidarität. Anstatt Weihnachtsgeschenke an Kunden und Geschäftspartner zu versenden, wurden 6.000 Euro an das Kinderhospiz Burgholz in Wuppertal gespendet. Das Kinderhospiz Burgholz begleitet seit seiner Eröffnung im März 2015 schwerstkranke Kinder sowie deren Familien. Rund zehn Jahre nach dem Start zählt es zu den wichtigsten Einrichtungen für pädiatrische Palliativversorgung im Bergischen Land. Mit seinem Angebot schafft das Hospiz Schutz, Entlastung und vor allem wertvolle gemeinsame Zeit in besonders herausfordernden Lebenssituationen.

## **Weihnachtsaktion für das Tierheim Ulm**

Im Rahmen einer internen Weihnachtsaktion konnten die Mitarbeitenden der Uzin Utz SE Wünsche der Tiere des Ulmer Tierheims erfüllen. Das Tierheim kümmert sich jedes Jahr um ca. 1.200 bis 1.300 Tiere. Durch die Wunschbaumaktion kamen zahlreiche Sachspenden wie Tierbetten, Futter, Spielzeug und Kleintierhäuser zusammen. Insgesamt wurden mehr als 40 Wünsche erfüllt. Die Sammlung der Spenden wurde im Dezember 2025 persönlich an die Leitung des Tierheims Ulm übergeben.

## **Weihnachtsspende an das Hospiz Ulm e. V.**

Die diesjährige Weihnachtsspende unseres internen Azubi-Unternehmens ging an das Hospiz Ulm e. V. Die Uzin Utz SE legte als Unternehmen nochmal den gleichen Betrag mit dazu, womit ein Betrag von insgesamt 10.000 Euro zusammenkam. Mit ihrer Spende zeigen die Auszubildenden ihre besondere Verbundenheit zur Region und unterstützen eine Einrichtung, die schwerstkranke und sterbende Menschen in ihren letzten Lebensphasen sowie deren Angehörige begleitet. JuzinIOR, das „Unternehmen im Unternehmen“, wird vollständig von den Auszubildenden organisiert und geführt.

48 / 61

## **Parkettprofi läuft für den guten Zweck**

Ende Mai waren 23 Läufer des Parkettprofi-Laufteams beim Würzburger Marathon am Start. Unter dem Motto „Mit POWER für den guten Zweck“ sammelten sie insgesamt 361 gemeinsame Laufkilometer. Pro gelaufenem Kilometer wurde 1 Euro an die Kinderkrebs-Station „Regenbogen“ in Würzburg gespendet. Zur Feier des Jubiläums der PALLMANN GmbH wurde die Summe schließlich auf 1.250 Euro aufgerundet. Die Auszubildenden-Firma der Pallmann GmbH erhöhte den Spendenbeitrag zusätzlich um 200 Euro.

## Partnerschaften

### Partnerschaft mit dem SSV Ulm 1846

UZIN UTZ unterstützt bereits seit vielen Jahren den Traditionsverein SSV Ulm 1846 Fußball und setzt diese Zusammenarbeit auch 2025 fort. Als treuer Partner steht UZIN UTZ hinter dem SSV und stärkt durch die Logo Präsenz auf dem Trikot der Mannschaft wortwörtlich den Rücken. Auch am Spielort im Ulmer Donaustadion laufen die Spieler über unsere UZIN UTZ Teppiche ein und das Maskottchen Albert setzt bei jedem Heimspiel eine Gewinn-Trikotkanone ein. Über ein festes Ticketkontingent erhalten Mitarbeiter regelmäßig die Möglichkeit, die Heimspiele im Donaustadion zu verfolgen.

### UZIN UTZ und ratiopharm ulm

Treue zahlt sich aus! Bereits seit 2013 fördert UZIN UTZ die Ulmer Basketballmannschaft ratiopharm ulm. In der ratiopharm arena ist die langjährige Partnerschaft durch die LED-Bandenwerbung, die „Wischerkids“ sowie die eigene Loge nicht zu übersehen. Im Juni 2025 verpassten die Uulmer nur knapp einen erneuten Gewinn der Deutschen Meisterschaften und konnten somit leider nicht an das Erfolgserlebnis aus 2023 anknüpfen.

Darüber hinaus fand im Juli erneut der Basketball-Firmen-Wettbewerb „CompanyCup“ bei ratiopharm ulm statt. Für UZIN UTZ ging eine starke Gruppe basketball-begeisterter Kollegen an den Start. Das Team erreichte hierbei den siebten Platz.

### UZIN UTZ im Lauffieber bei Ulmer Einstein-Läufen

Seit Anfang 2022 unterstützt UZIN UTZ die Ulmer Einstein-Läufe als Sponsoring-Partner. Die Lauf-Veranstaltungen in Ulm sind mittlerweile zu einem wichtigen Bestandteil unseres regionalen Engagements geworden. Durch die UZIN UTZ Teppichmatten im Start- und Zielbereich der Läufe und einem Promotion-Stand bei den Veranstaltungen vor Ort, ist UZIN UTZ als Partner nicht zu übersehen. Beim

zwölften Ulmer Frauenlauf im Juli 2025 gingen ca. 50 laufbegeisterte Kolleginnen an den Start, danach wurde auf dem Münsterplatz gefeiert. Auch am 28. September 2025 beim Einstein-Marathon gingen ca. 65 Läufer (inkl. Zusatzpersonen) in den verschiedenen Laufdisziplinen an den Start. Im Zielbereich wartete eine leckere Verpflegung auf das UZIN UTZ Laufteam.

## PEOPLE

Einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren sind unsere engagierten und qualifizierten Mitarbeiter. Daher investieren wir in die Weiterbildung, Weiterentwicklung und Gesundheit unserer Mitarbeiter. Wir begegnen ihnen mit Wertschätzung und möchten für unsere gegenwärtigen und potenziellen Mitarbeiter ein verantwortungsvoller und attraktiver Arbeitgeber sein. Eine positiv erlebbare Unternehmenskultur mit einem festen Wertesystem gibt uns einen klaren Handlungsrahmen.

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

Im Rahmen unserer Strategie PASSION 2025 wurden regelmäßig Mitarbeiterbefragungen durchgeführt, um ein fundiertes Bild von der Zufriedenheit und Verbundenheit unserer Mitarbeiter zu erhalten. Unser Ziel war es, durch kontinuierliches Engagement eine Weiterempfehlungsbereitschaft von mindestens 90 % der Befragten zu erreichen.

Bei der Erhebung im Jahr 2025 konnten wir einen Wert von 89 % erzielen und liegen damit nur knapp unter unserem ambitionierten Ziel. Seit 2020 (85 %) fand eine kontinuierliche Steigerung dieser Kennzahl statt. Dieses Ergebnis werten wir als Bestätigung unserer bisherigen Maßnahmen zur Stärkung der Arbeitgeberattraktivität und als Ansporn, unsere Aktivitäten konsequent fortzuführen und weiter auszubauen.

## Kultur und Werte

**Unsere von Vertrauen und offener Kommunikation geprägte Kultur ist die Grundlage für eine leidenschaftliche und leistungsorientierte Belegschaft, die uns zu einem Top-Arbeitgeber macht.**

Unser Erfolg beruht auf der gemeinsamen Verpflichtung zu zentralen Werten und Prinzipien. Diese Werte sind nicht nur die Basis unseres gemeinschaftlichen Miteinanders, sondern auch entscheidende Erfolgsfaktoren. Sie definieren unsere Ansprüche und Maßstäbe für unser Handeln. Sie gelten verbindlich für jeden in unserem Unternehmen, unabhängig vom Standort, sei es in Deutschland oder an jedem anderen Ort weltweit, an dem UZIN UTZ präsent ist. Unsere Identität äußert sich in unserem Richtungssinn, unseren Kernwerten und den Prinzipien, nach denen wir agieren.

### Unser gemeinsamer Richtungssinn

Der Nordstern symbolisiert unseren gemeinsamen Richtungssinn. Er leitet uns nicht nur bis PASSION 2025, sondern auch darüber hinaus zu neuen Höhen. Wir haben gemeinsam definiert, wie wir uns den umfassenden wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Herausforderungen stellen wollen.

Arbeitswelten sind für uns Lebenswelten, in denen Menschen sich weiterentwickeln, ihre Potenziale zur Entfaltung bringen und damit aktiv unsere gemeinsame Geschichte schreiben.

Unser erklärtes Ziel ist der noch bessere, nachhaltigere Umgang mit dem uns anvertrauten Planeten und seinen Ressourcen für die nächsten Generationen.

### Unsere gemeinsamen Kernwerte

Diese Kernwerte sind zentrale Erfolgsfaktoren, die uns stark machen und an denen wir unser Handeln und unsere Entscheidungen ausrichten.

### Leidenschaftlich die Zukunft gestalten.

Wir sehen Veränderungen als Chance und sind jeden Tag bereit Neues zu lernen. Die Erfolge unserer Mitarbeiter und Kunden machen uns stolz und treiben uns an.

### **Verlässlich im Miteinander.**

Wir kommunizieren klar, handeln verantwortungsvoll und aufrichtig. Das schafft die Basis für verlässliche Beziehungen.

### **Kompetent für den Erfolg.**

Wir handeln professionell und treffen Entscheidungen mit Umsicht. Unsere unkomplizierte Zusammenarbeit macht uns zu einem bevorzugten Partner.

### **Unsere gemeinsamen Prinzipien**

Um die Kernwerte im Tagesgeschäft greifbarer zu machen, haben wir diese um Prinzipien ergänzt. Die Prinzipien sind der Kompass für unser Verhalten und unsere Zusammenarbeit. So leben wir Gemeinschaft.

52 / 61

## **Mitarbeiter**

Der Erfolg von UZIN UTZ basiert auf dem Engagement und der Expertise unserer Mitarbeiter. Bei UZIN UTZ legen wir großen Wert auf eine Kultur der Wertschätzung und die fortlaufende Weiterentwicklung unserer Teams. Diese Elemente sind entscheidend für ein dynamisches und motivierendes Arbeitsumfeld. Ein Indikator dafür ist die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit unserer Mitarbeiter. Im Berichtsjahr lag diese bei 9,2 Jahren. Wir wollen ein verlässlicher Arbeitgeber sein, deshalb stellen wir möglichst viele Mitarbeiter mit unbefristeten Arbeitsverträgen ein. Im Jahr 2025 waren 91 % aller Beschäftigten bei UZIN UTZ in einem unbefristeten Arbeitsverhältnis.

Damit wir auch langfristig Sicherheit bieten können, planen wir unseren Personalbedarf weitblickend, sodass auch in konjunkturschwachen Phasen keine betriebsbedingten Kündigungen ausgesprochen werden müssen. Außerdem investieren wir in die nächste Generation, indem wir vielfältige Ausbildungs- und

duale Studienprogramme anbieten. Unser Ausbildungsangebot wird ständig aktualisiert, um es an die sich verändernden Anforderungen des Marktes anzupassen. Im Berichtsjahr haben wir 43 junge Talente in ihre berufliche Zukunft begleitet. Damit begegnen wir proaktiv Herausforderungen wie dem Fachkräftemangel und dem demografischen Wandel.

| <b>Mitarbeiter, Uzin Utz Konzern</b>              | <b>2025</b> |
|---|-------------|
| Anteil Frauen im Unternehmen (zum 31.12.)         | 27,8 %      |
| Unbefristete Arbeitsverträge (zum 31.12.)         | 91,2 %      |
| Personalaufwand (Mio. EUR)                        | 141,5       |
| Durchschnittsalter der Beschäftigten (zum 31.12.) | 44          |

53 / 61

## Erfolge feiern!

Jeder Erfolg, den wir gemeinsam feiern, zeigt uns, dass Einsatz und Teamarbeit zum Ziel führen. Diese Erfolge sind nicht nur ein Grund zum Feiern, sondern auch eine Motivation, uns stetig zu verbessern und neue Ziele anzustreben. Sie erinnern uns daran, dass mit gemeinsamen Anstrengungen und kontinuierlicher Arbeit bedeutende Fortschritte möglich sind.

## UZIN UTZ Campus und Oktoberfest

Im Rahmen des UZIN UTZ Campus am 19. September 2025 auf dem Ulmer Messegelände kamen rund 600 Kunden unter dem Motto „Workshops. Wissen. Weiterkommen“ zusammen. In praxisorientierten Workshops und Fachvorträgen

vermittelten Experten tiefgehendes Know-how zu Neuheiten und Herausforderungen der Bodenbranche.

Am Abend feierten über 1.100 Gäste und Kunden sowie Mitarbeitende aus allen deutschen Standorten beim gemeinsamen Oktoberfest. Die Veranstaltung förderte den Austausch, stärkte partnerschaftliche Beziehungen und trug zur Stärkung des internen und externen Netzwerks bei. Wesentlich für den Erfolg war das Engagement zahlreicher Kolleginnen und Kollegen aller Marken: Die Organisation und Durchführung des Events waren eine herausragende Teamleistung.

### **Geschenk an alle Beschäftigten: UZIN UTZ-Koffer**

Zum offiziellen Start der neuen Konzernstrategie GROW BIGGER hat der Vorstand im Dezember 2025 allen Beschäftigten konzernweit einen gebrandeten UZIN UTZ-Koffer überreicht. Die Aktion diente als Dank für die Leistungen während des vergangenen Strategiezyklus PASSION 2025 und als symbolischer Auftakt in die kommende Wachstumsphase GROW BIGGER. Die Verteilung der Koffer zeigt unseren Anspruch, Erfolge gemeinsam zu würdigen und die Belegschaft aktiv in die Weiterentwicklung des Unternehmens einzubinden.

54 / 61

### **Arbeits- und Gesundheitsschutz**

Die Sicherung der Gesundheit unserer Mitarbeiter am Arbeitsplatz steht bei uns an erster Stelle. Zu diesem Zweck haben wir eine Reihe von Schutz- und Sicherheitsmaßnahmen implementiert. Dies reicht von der arbeitsschutztechnischen Beurteilung der Arbeitsplätze, bis hin zur Erstellung von Betriebsanweisungen für Gefahrstoffe, wie auch für Maschinen und Anlagen. Ein zentraler Aspekt unseres Engagements für den Arbeits- und Gesundheitsschutz sind regelmäßige, umfassende Schulungen. Diese Schulungen decken grundlegende Bereiche wie Arbeitssicherheit, Brandschutz und Abfallentsorgung ab und werden durch weitere, auf spezifische Bedürfnisse oder Bereiche zugeschnittene, Unterweisungen ergänzt. Die Wirksamkeit dieser Maßnahmen zeigt sich in der konstant niedrigen Anzahl meldepflichtiger Arbeitsunfälle, die im Berichtsjahr bei 33 lag.

## E-Learning

E-Learning verändert die Art und Weise, wie Lerninhalte zugänglich gemacht werden, indem es ermöglicht wird, diese Inhalte jederzeit und von überall aus abzurufen. Diese Flexibilität ist ein entscheidender Vorteil des Formats. Nutzer können Lernmaterialien nach ihrem persönlichen Bedarf auswählen und in ihrem eigenen Tempo bearbeiten. Schon seit Jahren setzen wir auf ein digitales Schulungstool, um unsere Mitarbeiter umfassend und gesetzeskonform in den Bereichen Arbeitssicherheit und Arbeitsschutz zu unterweisen. Die Schulungsinhalte werden durch Präsentationen und Kurzvideos veranschaulicht und das Gelernte durch Verständnisfragen gefestigt. Führungskräfte haben die Möglichkeit, den Fortschritt der Schulungen zu überwachen und eventuelle Lücken zu identifizieren. In Zusammenarbeit mit PINKTUM, einem innovativen und mehrfach ausgezeichneten E-Learning-Anbieter, haben wir für alle deutschen Gesellschaften ein digitales Weiterbildungsprogramm eingeführt. Der Fokus liegt auf der didaktischen Entwicklung und der hochwertigen Produktion von videobasierten, interaktiven Schulungsmedien. Dieses Programm erweitert die bestehenden Weiterbildungsmöglichkeiten unseres Horizonte-Programms, insbesondere im Bereich der Soft Skills. Es ermöglicht die Ergänzung klassischer Präsenzveranstaltungen durch digitale Lerninhalte und fördert so ein integratives Lernerlebnis.

55 / 61

## Ausbildung und Kooperationen

Unser Angebot an Ausbildungsplätzen und dualen Studiengängen bietet eine starke Basis für den Start in die Berufswelt und ermöglicht einen praxisnahen Einstieg. Wir legen großen Wert darauf, junge Menschen in ihrer beruflichen Entwicklung zu unterstützen, da dies sowohl für ihre als auch für unsere Zukunft wichtig ist und eine nachhaltige Personalentwicklung sicherstellt. Mit Programmen in der betrieblichen Ausbildung und dem dualen Studium möchten wir sicherstellen, dass wir auch in Zukunft gut ausgebildete und engagierte Mitarbeiter haben. Im Berichtsjahr haben insgesamt 43 junge Menschen eine Ausbildung bei UZIN UTZ begonnen.

Zu Beginn der Ausbildung veranstalten wir Einführungstage, um den neuen Auszubildenden zu helfen, sich gut bei uns einzuleben und den Teamgeist zu stärken. Dazu gehören Rundgänge durch unsere Produktion, Vorstellungen der Teams, Präsentationen unserer Produkte, Schulungen zu verschiedenen Themen sowie erste gemeinsame Aktivitäten.

Ebenso fördern wir zukünftige Fachkräfte. So ist die Uzin Utz SE seit vielen Jahren ein stolzer Partner des Deutschlandstipendiums, mit dem wir Studierende an der Universität Ulm und der Hochschule Neu-Ulm unterstützen.

Darüber hinaus pflegen wir Kooperationen mit Schulen und Hochschulen und bieten Schülern sowie Studenten die Möglichkeit, wertvolle Praxiserfahrungen durch Praktika, Werkstudententätigkeiten oder das Erstellen von Abschlussarbeiten in unserem Unternehmen zu sammeln.

### **JuzinIOR bei der Uzin Utz SE**

Mit dem Juniorenunternehmen JuzinIOR bietet die Uzin Utz SE ihren Nachwuchskräften seit 1996 eine wertvolle Lernplattform. In diesem 'Unternehmen im Unternehmen' steuern Auszubildende und dual Studierende eigenverantwortlich reale Geschäftsprozesse – von Einkauf und Marketing bis zur Buchhaltung.

Sie entwickeln innovative Geschäftsideen, setzen Projekte für die Mitarbeiter um und repräsentieren das Unternehmen bei Veranstaltungen. Dies fördert nicht nur fachliche Kompetenzen, sondern stärkt auch unternehmerisches Denken und Teamgeist. Der soziale Gedanke ist ebenfalls fest verankert: JuzinIOR spendet 50 % des erwirtschafteten Gewinns für wohltätige Zwecke, während die andere Hälfte in teambildende Maßnahmen reinvestiert wird.

## **Personalentwicklung und Gesundheitsmanagement**

Fachliche Qualifikation und soziale Kompetenz schaffen die besten Voraussetzungen, damit unsere Mitarbeiter eigenverantwortlich, verantwortungsbewusst und

zielstrebig die Unternehmensziele vorantreiben können. Deshalb verfolgen wir zahlreiche Maßnahmen, um unsere Mitarbeiter weiterzuentwickeln und zu fördern. Darüber hinaus hat die Gesundheit unserer Mitarbeiter einen besonderen Stellenwert. Diese stärken wir mit vielfältigen Angeboten.

## **Horizonte**

Die fachlichen Fähigkeiten und persönlichen Stärken unserer Mitarbeiter sind essenziell für unseren Unternehmenserfolg. Um die Produktivität zu steigern und unsere Innovationskraft zu erhalten, sind kontinuierliche Weiterbildungsangebote unerlässlich. In unserer firmeninternen Akademie „Horizonte“ bieten wir ein umfassendes Weiterbildungsprogramm an, mit dem unsere Mitarbeiter ihre Kompetenzen in vielfältigen Bereichen ausbauen können. Der Fokus liegt auf der Steigerung persönlicher Kompetenzen, insbesondere in Bereichen wie Kommunikation, Stress- und Zeitmanagement, Führung, Coaching und Digitalisierung. Wir bieten sowohl digitale als auch Präsenzveranstaltungen an, um auch Mitarbeitern an anderen deutschen Standorten sowie in der Schweiz, Österreich und den Niederlanden eine virtuelle Weiterbildung zu ermöglichen. Mit einem wachsenden Angebot an digitalen Kursen erweitern wir unsere standortspezifischen Angebote um standortübergreifende Schulungsmöglichkeiten. Ein zentraler Baustein des standortübergreifenden Angebots ist die Reihe „Effizient Arbeiten mit...“. Hierbei handelt es sich um ein Schulungsprogramm zum Umgang mit häufig genutzter Software. Hier bieten wir jährlich rund 50-mal einen Expertenaustausch auf verschiedenen Wissensniveaus (Bronze, Silber, Gold) an.

## **Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM)**

Die Gesundheit unserer Mitarbeiter ist uns sehr wichtig. Unser betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) ist darauf ausgerichtet das Wohlbefinden und die Gesundheit unserer Belegschaft aktiv zu fördern. Durch gezielte Maßnahmen und Angebote im Rahmen des BGM sensibilisieren wir unsere Mitarbeiter für Gesundheitsthemen und bieten Unterstützung in verschiedenen Lebenslagen. Wir integrieren gesundheitsfördernde Projekte nahtlos in den Arbeitsalltag und die Unternehmensstruktur und entwickeln diese stetig weiter. Ein Beispiel hierfür sind

die Sporteinrichtungen an unseren Standorten in Ulm und Würzburg, in welchen Mitarbeiter Fitnessgeräte für ihre Gesundheit nutzen können.

## Work-Life-Balance

### Balance zwischen Freizeit und Arbeit

Wohlbefinden und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter sind für den Erfolg des gesamten Konzerns entscheidend. Wir sind uns der zentralen Bedeutung einer guten Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben bewusst und schaffen daher konzernweit die Rahmenbedingungen für eine flexible Arbeitsgestaltung. Vielfältige Arbeitszeitmodelle ermöglichen es, berufliche Anforderungen und private Lebensphasen in Einklang zu bringen. Dass diese Angebote aktiv genutzt werden, zeigt sich auch darin, dass im Jahr 2025 konzernweit 114 Männer und 82 Frauen eine Freistellung aus familiären Gründen in Anspruch nahmen. Unter diese Kennzahl fallen neben Mitarbeitern in Pflegezeit oder Elternzeit auch Beschäftigte, die während der Elternzeit in Teilzeit arbeiten, sowie Mitarbeiter, denen Sonderurlaub oder eine sonstige Freistellung aus familiären Gründen gewährt wurde.

Darüber hinaus bieten die Uzin Utz SE und die codex GmbH & Co. KG ihren Mitarbeitern mit dem Lebensarbeitszeitkonto ein zusätzliches Instrument. Es ermöglicht, Zeit- oder Geldguthaben anzusparen, um längere, geplante Auszeiten – beispielsweise für ein Sabbatical, eine Weiterbildung oder die Pflege von Angehörigen – zu finanzieren. Beide Gesellschaften unterstützen den Aufbau dieses Guthabens zusätzlich durch einen jährlichen Beitrag.

### Cariwork bei der Uzin Utz SE

Die Uzin Utz SE unterstützt ihre Mitarbeiter zudem durch das Angebot einer betrieblichen Sozialberatung. In Kooperation mit cariwork, einem externen Dienst der Caritas Ulm-Alb-Donau, steht den Mitarbeitern ein professionelles und unabhängiges Beratungsteam zur Seite.

Das erfahrene, interdisziplinäre Team aus Pädagogen, Psychologen und Suchtberatern unterstützt vertraulich bei einer Vielzahl beruflicher oder privater

Herausforderungen – von gesundheitlichen Themen über Partnerschaftskonflikte bis hin zu Sorgen am Arbeitsplatz. Die Beratung kann flexibel telefonisch, digital oder persönlich in Anspruch genommen werden und zielt darauf ab, gemeinsam neue Perspektiven und Lösungswege zu entwickeln.

## Mitarbeiterzufriedenheit und -verantwortung

Um das volle Potenzial unserer Mitarbeiter zu entfalten, schaffen wir ein Arbeitsumfeld, das von Wertschätzung geprägt ist. Die berufliche Entwicklung unserer Belegschaft wird durch regelmäßige Mitarbeitergespräche gezielt gefördert. Diese Gespräche bieten eine wichtige Orientierungshilfe für die persönliche und fachliche Weiterentwicklung und ermöglichen die Planung maßgeschneiderter Fortbildungsmaßnahmen, die sowohl auf die Bedürfnisse des Unternehmens als auch auf die individuellen Fähigkeiten der Mitarbeiter abgestimmt sind. Wir sind überzeugt, dass kontinuierliches, transparentes Feedback zu Leistung und Entwicklungsmöglichkeiten entscheidend für den beruflichen Erfolg ist.

59 / 61

| <b>Mitarbeiterzufriedenheit im Uzin Utz Konzern</b>   | <b>2025</b> |
|---|-------------|
| Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit (Jahre)   | 9,2         |
| Quote der Mitarbeitenden mit freiwilligem Austritt, betriebsbedingter Beendigung oder Ruhestand | 10,2 %      |

## Mitarbeiterumfragen

Eine ausgeprägte Unternehmenskultur und die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter sind entscheidend für unsere Weiterentwicklung. Als zentrales Instrument dient hierfür die jährliche Mitarbeiterbefragung, die uns aufzeigt, wie unsere Leistungen wahrgenommen werden und wo Verbesserungspotenziale bestehen. Die Befragung

lieferte zudem wertvolles Feedback zu Schlüsselthemen wie Arbeitsklima, Führungskultur und zur Strategie PASSION 2025.

Die jüngste Mitarbeiterumfrage wurde 2025 konzernweit (mit Ausnahme von China und Singapur) durchgeführt. Das zentrale Ergebnis ist die Weiterempfehlungsrate als Arbeitgeber, die bei 89 % liegt. Dieses Resultat unterstreicht die hohe Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen und bewegt sich damit auf dem Niveau unserer Zielsetzung von 90 %.

Unabhängig davon wurde die Gesundheitsquote ermittelt. Mit 95,4 % konnte diese im Jahr 2025 auf einem konstant hohen Niveau gehalten werden, was für ein gesundes Arbeitsumfeld und wirksame Gesundheitsmaßnahmen spricht.

## Offene Kommunikation

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

60 / 61

## Interne Kommunikation

Unser Ansatz der "Open Communication" ist das Fundament für einen transparenten Informationsaustausch im gesamten Unternehmen. Ein zentrales Element hierfür war die jährliche Kick-Off Veranstaltung, in der der Vorstand über strategische Themen informierte und die wesentlich dazu beitrug, die Meilensteine der abgelaufenen Strategie PASSION 2025 zu vermitteln. Ein besonderer Schwerpunkt der internen Kommunikation im Jahr 2025 lag zudem auf der transparenten Begleitung der konzernweiten Großprojekte TOM (Target Operating Model) und S4U (die Umstellung auf SAP S/4HANA), um deren Bedeutung und Auswirkungen für alle Mitarbeiter verständlich zu machen. Die Transformation von UZIN UTZ in Verbindung mit den neuen strategischen Zielen und den Großprojekten war ebenfalls ein Schwerpunkt der internen Kommunikation.

Als zentrale digitale Plattform ist unser Intranet "Quako" fest im Arbeitsalltag etabliert. Es dient nicht nur als primärer Informationskanal, sondern auch als umfassendes Arbeits- und Kollaborationstool. Interaktive Formate wie Blogs und ein 360°-Newsbereich im Magazinstil stellen sicher, dass relevante Informationen die Mitarbeiter weltweit schnell und vor der externen Öffentlichkeit erreichen. Darüber hinaus fördert Quako mit spezifischen Projektseiten und integrierten Tools aktiv die Zusammenarbeit und den Wissensaustausch. So wächst das Unternehmen durch einen verbesserten Informationsfluss enger zusammen.

## Externe Kommunikation

Unser Bereich Investor Relations kommuniziert in Abstimmung mit der Unternehmenskommunikation effektiv durch Ad-hoc-Meldungen, Quartalsberichte, den jährlichen Geschäftsbericht, Investorentage, sowie die Hauptversammlung. Diese Maßnahmen zielen darauf ab, Investoren und Aktionäre detailliert über die Unternehmensentwicklung und wirtschaftliche Kennzahlen zu informieren. Zusätzlich werden zu allen relevanten Themen von UZIN UTZ Presseberichte veröffentlicht, die im [Pressebereich](#) unserer Webseite einsehbar sind. Anfragen der Wirtschafts- und Regionalpresse werden vom Vorstand zeitnah beantwortet, um unsere externe Kommunikation zu stärken. Daneben werden auf Markenebene viele Fachbeiträge, Produktneueinführungen und markenspezifische Themen in den relevanten Fachmedien kommuniziert. Pressetermine für UZIN UTZ und seine Marken runden die externe Kommunikation ab. Die Online-Kommunikation nutzen wir verstärkt als effektiven Kanal, um unsere Zielgruppen wie Stellensuchende, Kunden und Investoren zu erreichen.

Um unsere digitale Kommunikation weiter zu verbessern, setzen wir auf den Versand von Newslettern und die Präsenz in sozialen Medien wie Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube und TikTok. Diese Plattformen dienen uns seit Jahren dazu, unsere Zielgruppen zu informieren, mit ihnen in Kontakt zu treten und ihnen Interaktionsmöglichkeiten zu bieten. Auf unseren Markenseiten präsentieren wir zudem unser umfangreiches Produktsortiment, ergänzt durch Datenblätter, Sicherheits- und Anwendungshinweise.