

UZIN

DIE ZIELE IMMER IM BLICK

Text: Jens Lehmann, Fotos: Jens Lehmann, Uzin

In den ersten drei Quartalen 2016 hat die Uzin Utz AG ihren Umsatz um 8,2 Prozent auf 208 Millionen Euro (2015: 192,2) steigern können. „Diese überaus erfreulichen Zahlen bestätigen unsere Wachstumsstrategie, mit der wir kontinuierlich Marktanteile in den weltweiten Fokusregionen steigern“, sagte Vorstandsvorsitzender Thomas Müllerschön. Zu diesen Regionen zählen neben Frankreich, Schweiz, Benelux, Skandinavien, Großbritannien, USA und China auch der Heimatmarkt Deutschland. Der Komplettanbieter für Bodensysteme beschäftigt 1 062 Mitarbeiter (Vorjahr 996). Und ermöglicht 45 jungen Menschen eine Ausbildung. „Uzin Utz ist weiter auf Kurs und mit hoher Schlagkraft unterwegs. Wir sind überzeugt, dass wir unsere ehrgeizigen mittel- und langfristigen Ziele erreichen werden“, so Müllerschön.

SPACHELMASSEN VERBESSERT

Um den Erfolgskurs zu halten, ist Uzin permanent mit der Weiterentwicklung seiner Produkte beschäftigt, beispielsweise um dem wachsenden Zeitdruck auf der Baustelle und den damit steigenden Anforderungen an die eingesetzten Verlegewerkstoffe zu begegnen. Im Rahmen einer Vorpremiere Ende Oktober in Frankfurt stellten die Ulmer eine neue Generation ihrer Standard-Spachtelmasse vor. Die beiden Produkte – eine zementäre und eine gipsbasierte Spachtelmasse – zeichnen sich durch drei zentrale Eigenschaften aus: Schnelle Belegreife von sechs Stunden, dadurch eine kalkulierbare Planungssicherheit und eine schnelle Oberflächenhärte- und Festigkeitsentwicklung. „Wir haben bei der Neuentwicklung darauf gesetzt, dem Verarbeiter

VORSTANDSVOR- SITZENDER UZIN UTZ



THOMAS MÜLLERSCHÖN

„Uzin Utz ist weiter auf Kurs. Wir sind überzeugt, dass wir unsere ehrgeizigen Ziele erreichen werden.“

MARKENVERANTWORT- LICHER UZIN UTZ



JÜRGEN WALTER

„Mit der neuen Spachtelmasse bieten wir maximale Sicherheit, dass diese nach einer Trocknung über Nacht belegreif ist.“



Bei den Nivelliermassen „NC 170“ und „NC 112“ konnte das Trocknungsverhalten deutlich verbessert werden

maximale Sicherheit bieten zu können, dass er sich auch bei ungünstigen klimatischen Bedingungen darauf verlassen kann, dass die Spachtelmasse in einem Schichtdickenbereich von drei Millimeter nach einer Trocknungszeit über Nacht belegreif ist“, sagte Jürgen Walter, Markenverantwortlicher Uzin. Beide Produkte feiern auf der Frühjahrsmesse Bau Premiere.

BERATUNG PER VIDEOTELEFONIE

Dass auch das Handwerk im digitalen Zeitalter angekommen ist verdeutlichte Marketingleiter Alexander Magg, der nach über sechs Monaten „Baustellenberatung 3.0“ Bilanz zog. Als erstes Unternehmen der Branche bot Uzin den Mitgliedern seines Partnerprogramms BOD (Die Bodengestalter) eine technische Baustellenberatung per Videoübertragung an. Sein Fazit: „Das Feedback der BOD-Mitglieder ist positiv, eine Ausweitung des Angebots auf sämtliche Uzin-Kunden ist in Planung.“ In einer Live-Vorführung demonstrierte Maag die einfache Funktionsweise des Systems: Mit gängigen Apps wie Whatsapp, Facetime oder Skype, erhält der Uzin-Techniker direkt die Fragestellung übermittelt und kann ohne Zeitverlust ein direktes Beratungsgespräch führen. Die Bildübertragung hilft ihm dabei, sich einen visuellen Eindruck von der Baustelle zu verschaffen. „Komplexe Probleme können so just in time gelöst werden“, zeigte sich Maag überzeugt, unterstrich aber, dass die Baustellenberatung vor Ort nach wie vor Bestandteil des Uzin-Service ist. „Wer glaubt, Hand-

DOMOTEX

Handwerk live erleben

Die DOMOTEX ist auch 2017 wieder ein absolutes Muss:

- Informieren Sie sich über neue Materialien, Techniken und Werkzeuge.
- Erfahren Sie das Neueste aus der Praxis beim TREFFPUNKT HANDWERK.
- Tauschen Sie sich mit Kollegen aus und erweitern Sie Ihr Know-how.

14.–17. Januar 2017
Hannover • Germany

domotex.de

Das Neueste
im Überblick:
Innovations@
DOMOTEX



Trocknung über Nacht wird zur Realität: Mit einer Trocknungszeit von nur sechs Stunden kann bei Einsatz der neuen „Uzin NC 112 Turbo“ bedenkenlos am Tag nach der Spachtelung mit der Verlegung begonnen werden

werker seien wenig affin im Umgang mit modernen Kommunikationswegen, der irrt gewaltig“, so Walter. „Ganz im Gegenteil. Mit der ‚Baustellenberatung 3.0‘ ermöglichen wir dem Handwerker, beruflich so zu kommunizieren, wie er es privat gewohnt ist: Das Smartphone hat schließlich jeder schon seit Jahren in der Hosentasche.“

PRODUKTOFFENSIVE ZUR BAU

Zur Messe Bau in München werden die Marken Uzin, Wolff, Pallmann, Arturo und Codex vertreten sein und mit einer geballten Produktoffensive ins neue Jahr starten. Angekündigt wurden bereits ein Hochleistungs-Industriesauger von Wolff, 2K-Parkettlacke von Pallmann und neue Design-Bodenkonzepte von Arturo.



Alexander Magg, Uzin Marketingleiter, stellte die einfache Funktionsweise der Videotelefonie vor: Mit gängigen Apps wie Whatsapp, Facetime oder Skype kommunizieren Kunde und Berater über das Handy



Deutsche Messe

DOMOTEX