

Vom
Wandel

zur

Wende

Integrierter Geschäfts- bericht 2020

umdaschgroup



Vom nachhaltigen Wandel
eines Unternehmens,

einer Weichenstellung in einem
Jahr voller Ungewissheiten und

einer Wende von der Vision
zur Realität.

Geneigte Leserinnen und Leser,
dieser Bericht gliedert sich in drei Teile. Für sich
und doch geeint laden sie ein, den Integrierten
Geschäftsbericht 2020 der Umdasch Group
zu entdecken. Viel Vergnügen!

- 10 Vorwort
- 16 Organigramm
- 18 Unsere Finanzen



- 62 Unsere Visionen
- 76 Unsere Produkte
- 128 Unsere Menschen
- 144 Unsere Partner
- 156 Unsere Umwelt



- 178 Generationenübergabe
- 180 Der neue CEO stellt sich vor
- 182 Das Interview
- 188 Das neue Management-Team

Wandel



10	Vorwort
16	Organigramm
18	Unsere Finanzen

Vorwort

Dr. Andreas J. Ludwig,
Sprecher des Vorstandes der Umdasch Group



Aktiv oder reaktiv? Maßgebend oder teilhabend?

Eines vorweg: Ein „Entweder-oder“ gibt es in der Frage nicht. Der Wandel kennt keine Fronten, keine Prinzipien und keine starre Kompromisslosigkeit. Ausschließlichkeit würde bedeuten, sich jedem anderen Weg zu versperren. Das kann der Wandel sich nicht leisten. Er nährt sich aus Offenheit und Neugier. Und der Partizipation – der Wandel nimmt gerne mit auf seinem Weg. Ein „Sowohl-als-auch“ ist daher angebracht: Sowohl aktiv als auch reaktiv. Sowohl maßgebend als auch teilhabend.

Zugegeben, der Wandel, wie die Gesellschaft ihn in den vergangenen Jahren erlebt hat, war vielfach reaktiv getrieben. Durch Notwendigkeiten wie die Veränderung der Arbeitswelt. Durch Dringlichkeiten wie den Schutz von Umwelt und Klima. Aber auch durch Unvorhergesehenes. Wie Corona.

Und doch bin ich stolz, dass wir bei wesentlichen Veränderungen auch Treiber sein dürfen und zumindest unsere Branchen dadurch positiv beeinflussen können. Positiv deshalb, weil der Wandel bei aller Unvoreingenommenheit eine klare Tendenz hat – nämlich die zum Besseren. Das gilt in unserem Fall für die Zukunft am Bau und die des Handels. In beiden Bereichen haben wir im letzten Jahrzehnt Weichen gestellt, die entscheidend sind auf einem Weg zum Besseren: für uns, für unsere Kunden und Partner, für ganze Branchen, aber auch für Umwelt und Gesellschaft.

Reaktiv

Das Jahr 2020 war sicherlich die größte Überraschung seit Jahrzehnten. Geplant war das beste Jahr der Geschichte, mit zweistelligem Wachstum in allen Unternehmensbereichen und in Summe durchgehend optimistischen Konjunkturdaten. Und bis Februar schien sogar das überbietbar.

Dann kam Covid-19 und im März der totale Stillstand – global und zeitgleich. Zur Unsicherheit unseren Geschäftsverlauf betreffend kam die Sorge um die Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Neben einer sofortigen Investitionsbremse haben wir ein weltweites Kostenfokusprogramm ausgerufen. Es galt, Liquidität zu sichern, die Entwicklung des Cashflows ist speziell in unserer kapitalintensiven Doka ein ganz wesentlicher finanzieller Erfolgs- oder eben Risikofaktor.

Als Reaktion auf den wochenlangen Stillstand der Baustellen in der ganzen Welt mussten die Produktionskapazitäten in Österreich zurückgefahren werden. In Russland haben wir unsere Produktion vorübergehend sogar eingestellt. Die Kurzarbeit vor allem in Österreich war uns dabei ein wichtiges Instrument. Aufgrund der düsteren Prognosen im Frühjahr, die einen deutlich zweistelligen Rückgang beim Umsatzerlös sowohl in 2020 als auch in 2021 vorhersagten, musste die Doka weltweit Personal abbauen. Am stärksten davon betroffen war das Headquarter in Amstetten, wo wir uns von etwa 250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern trennen mussten. Ein Schritt, der jedes Unternehmen schmerzt. Trotzdem verzeichneten wir nicht zuletzt durch eine äußerst kooperative Zusammenarbeit zwischen Management und Belegschaftsvertretung in Amstetten ausschließlich einvernehmliche Lösungen und mussten keine Kündigungen aussprechen. Das verdient Respekt und zeugt von einer Unternehmenskultur, in der auch in schwierigen Zeiten der kooperative Umgang zählt.

Bei umdasch The Store Makers waren und sind – wenig überraschend – die Bereiche Lifestyle, also der Modehandel, und Premium Retail, wozu Luxuslabels und der Duty-free-Sektor zählen, besonders von der Krise betroffen. Von einer weltweit stark eingebrochenen Nachfrage – die Lockdowns betrafen in allen Märkten den Handel stark – waren die Produktionsstandorte Neidenstein in Deutschland und Dubai von Schließung bzw. Teilschließung betroffen.

Aktiv

Und dann? Verharren im Cost-Saving-Modus? Abwarten, was passiert? In der ersten Krisenphase hatte die Sicherung der Liquidität oberste Priorität. Aber schon im Sommer begannen wir wieder langfristige Weichen zu stellen. Durch einige richtungsweisende strategische Investitionen.

Das Investment in und die damit verbundene Kooperation mit dem Gerüsterhersteller AT-PAC aus den USA stellt die Doka neben der Schalung mittel- und langfristig auf ein zweites festes Standbein. Das eröffnet nicht nur neues geografisches Marktpotenzial, sondern auch neue Kundenschichten, etwa aus der Öl- und Gasindustrie

oder der Petrochemie. Und dieser Schritt macht die Doka unabhängiger von der volatilen Bauindustrie mit ihren saisonalen Schwerpunkten und regionalen konjunkturellen Schwankungen.

Ebenfalls neue Kunden sowie eine außerordentlich wettbewerbsfähige Produktion holten sich 2020 auch umdasch The Store Makers an Bord – mittels einer Mehrheitsbeteiligung am türkischen Ladenbauer Madosan. Das Unternehmen ist spezialisiert auf Metall- und Schwerlastregale und bietet damit eine perfekte Ergänzung zum Produktportfolio des Standortes Leibnitz.

Auch unsere dritte Unternehmenstochter umdasch Group Ventures ging 2020 eine neue Beteiligung ein: mit einem Investment in das Grazer Start-up shopreme – ein Technologieunternehmen, das sich auf die Digitalisierung des stationären Einkaufsprozesses fokussiert hat.

Sie sehen, liebe Leserinnen und Leser, wir waren nicht untätig. Wir haben sowohl reaktiv auf die Umstände als auch aktiv auf die Chancen reagiert, die sich uns eröffnet haben. In den letzten 15 Monaten hat die umdasch Group bewiesen, dass sie Krisenmanagement kann: Flexibel und pragmatisch mussten schnell Maßnahmen getroffen werden. Und doch galt es beinahe parallel, wiederum neue, strategische Weichen für die Zukunft zu stellen.

Das Krisenmanagement begleitet uns nach wie vor. Noch immer tagt donnerstagmorgens unser Aktionsstab, monitoren wir täglich unser internationales Infektionsgeschehen, testen täglich Hunderte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Und wir impfen im Unternehmen. Die einzig zielführende, langfristige Maßnahme im Kampf gegen Covid-19.

Ein Unternehmen zu managen war selten so subtil herausfordernd wie 2020. Aber ich wage zu behaupten: Wir haben 2020 aus den schlechtesten Bedingungen das Beste gemacht. Es hat sich – ganz im Sinne unserer Nachhaltigkeitsstrategie – gezeigt, wie eng verknüpft sie sind, die ökonomischen und die sozialen Aspekte des Unternehmertums, die Gesetzmäßigkeiten der Marktwirtschaft und die Fürsorge-Verantwortung für die Menschen, die finanziellen Kennzahlen und die nicht-finanziellen Kriterien.

Maßgebend

Der Zweck unternehmerischer Tätigkeit ist und bleibt der unternehmerische Erfolg. Er ist maßgebend für den nachhaltigen Bestand jedes Unternehmens und die Perspektive der Menschen, die dort ihre Beschäftigung finden. Daran ändert die Krise nichts.

Im Frühjahr 2020 war schnell klar: In einem Jahr, das global von Stillstand, Rückgang und Einsparungen geprägt war, dazu vom Erliegen der Mobilität und deutlich verringerter Wertschöpfung, haben wir unseren Fokus nicht auf Wachstum gelegt, sondern auf Rentabilität.

Durch schnelle und beherzte Kosten- und Liquiditätsmaßnahmen konnte bei einem Umsatzverlust von 7 % auf 1,411 Mrd. € (2019 1,517 Mrd. €) der Rückgang des Konzernergebnisses relativ abgeschwächt werden. Vor Steuern sank dieses in 2020 von 105 Mio. € im Vorjahr auf 81 Mio. €. Das ist als Erfolg zu werten, denn darin befindliche, positiv wirkende Kosteneinsparungseffekte und Beihilfen hielten sich mit anfallenden Restrukturierungskosten ungefähr die Waage. Unsere wesentlichen Rentabilitätskennzahlen sind stabil geblieben, sogar leicht gestiegen. Die Eigenkapitalquote verbesserte sich von 55,2 % auf 61,4 %. Der operative Cashflow hat sich aufgrund eines proaktiven Working-Capital-Managements von 111,9 Mio. € auf 307,0 Mio. € verdreifacht.

Die ganze Welt war Krise – die Auswirkungen von Corona auf die Doka dagegen waren regional sehr unterschiedlich. Angesichts der Herausforderungen war in 2020 die Performance unserer Schalungstechniker in Zentraleuropa und in den USA wirklich mehr als zufriedenstellend. Andererseits performten Märkte wie der Mittlere Osten oder Lateinamerika schwach, was in Summe zu einem Rückgang des Umsatzerlöses im einstelligen Prozentbereich führte. Angebot und Geschäftsmodell der Doka-Tochter Form-on liegen ganz offensichtlich am Puls der Zeit: Mit dem Onlinevertrieb von Gebrauchschalung und dem Handel von Komponenten ist sie in 2020 um knapp 10 % gewachsen.

Wie schon erwähnt, zeigt sich bei umdasch The Store Makers ein ähnlich differenziertes Bild. Während die Division Food Retail in der Corona-Krise aufgrund sehr starker Nachfrage sogar profitieren konnte und Digital Retail die Chance ergriffen hat, seine digitale Kompetenz in dieser Zeit in Wachstum umzusetzen, haben die Divisionen Lifestyle Retail und Premium Retail starke Rückgänge zu verzeichnen. Konsolidiert führt das dazu, dass der Umsatz ident zu 2019 ausgefallen ist. Angesichts der großen Krise des Handels, einhergehend mit einschneidenden Investitionsstopps der Handelsunternehmen, bewerten wir das durchaus positiv. Es zeigt sich, dass die Restrukturierung, durch die unsere Ladenbauer in den vergangenen Jahren mit vielen Ups und Downs gegangen sind, ihr Ziel nicht verfehlt hat: eine trag- und zukunftsfähige Strategie.

Die Umdasch Group Ventures hat die Corona-Krise genützt, um ihr Geschäft inhaltlich weiterzuentwickeln. Die Digitalisierung hat in der Krise ihre Bedeutung deutlich unterstrichen. Obwohl auch im Bereich neuer Technologien zahlreiche Investitionen verschoben wurden, konnte die Umdasch Group Ventures ihre Kompetenzen und Lösungen inhaltlich gut weiterentwickeln und ist für ein Comeback ihrer Märkte gut aufgestellt.

Für 2021 planen wir vorsichtig optimistisch nach einem immer noch Covid-bedingt schwächeren Start ein Anziehen der Nachfrage im zweiten Halbjahr. Voraussetzung ist, dass die Pandemie durch flächendeckende Impfungen auch in Europa eingedämmt werden kann.

Teilhabend

Die Covid-19-Krise hat der Welt dramatisch vor Augen geführt, wie rasch sich selbst bisher sehr vorhersehbare Entwicklungen praktisch über Nacht verändern können. Der nachhaltige Umgang mit sämtlichen Ressourcen und eine langfristige Orientierung waren immer schon Eckpfeiler unserer Unternehmenskultur. In Zeiten extremer Volatilität und Verunsicherung gewinnen eine nachhaltige Ausrichtung sowie deren Messbarkeit eine ganz neue, starke Bedeutung. Genauso wie eine transparente Kommunikation darüber.

Dieser Bericht, der zweite seiner Art, stellt diesen Anspruch unter Beweis. Auf freiwilliger Basis haben wir bereits 2019 die Kriterien der nicht-finanziellen Berichterstattung in unser Reporting aufgenommen. Dieses Jahr gehen wir noch einen entscheidenden Schritt weiter: Erstmals berichten wir Kennzahlen, die jetzt und künftig unsere Verantwortung hinsichtlich Gesellschaft und Umwelt festmachen und unseren Fortschritt dokumentieren.

Eine persönliche Anmerkung sei mir an dieser Stelle gestattet: Es freut mich ganz besonders, dass ich diese nachhaltige Weiterentwicklung auch in Zukunft in guten Händen weiß. Womit ich zu einem Thema komme, mit dem ich mich ganz bewusst am Ende meines Vorwortes an Sie, liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, liebe Kunden, liebe Partner und Wegbegleiter, wende: der Generationenübergabe in unserer Unternehmensgruppe.

Wenn Sie diesen Bericht in Händen halten, stehe ich vielleicht gerade noch der Umdasch Group vor, vielleicht aber liegt die Verantwortung schon bei meinem Nachfolger Dr. Wolfgang Litzlbauer. Mit 1. Juli, also rund um den Erscheinungstermin, wird er den Vorstandsvorsitz übernehmen und die Umdasch Group in eine spannende Zukunft führen – ein gesundes Unternehmen mit großartigen Perspektiven, einer einzigartigen Kultur und tollen Menschen. Ein Unternehmen, das ich mehr als zehn Jahre begleiten durfte. Ein Unternehmen, in dem ich die Freiheit und das Vertrauen der Eigentümer genießen durfte, vieles zu gestalten und einen Wandel einzuläuten, der dem neuen Managementteam rund um Wolfgang Litzlbauer eine tragfähige und gute Basis sein wird.

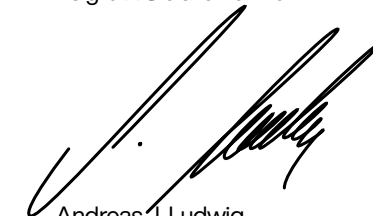
So wie ich diesen – meinen letzten – Geschäftsbericht für die Umdasch Group einläute, wird er ihn mit einem kurzen Porträt ab Seite 180 ausläuten. Und damit gleichzeitig eine neue Ära starten. Ein paar Details zu seinen Plänen verrät er darin bereits. Ich wünsche Wolfgang in seiner neuen Rolle, die viele Herausforderungen, aber mindestens genauso viele Möglichkeiten bereithält, alles Gute.

Ebenfalls alles Gute wünsche ich an der Stelle Robert Hauser, einem erfahrenen und bewährten Manager, der ebenfalls eine Nachfolge antreten wird – die von Harald Ziebula als Doka-CEO.

Nach Jahrzehnten in leitenden Positionen der Doka, die letzten vier Jahre davon als CEO, wird Harald Ziebula in den Ruhestand treten. Er hat gerade im letzten Jahr als Krisenmanager seine Fähigkeiten mehr als unter Beweis gestellt. Mit seinem Weitblick, seiner Erfahrung und einem ganz besonderen Gespür für Menschen hat er das Unternehmen durch die Corona-Krise geschifft, wie man es besser nicht hätte tun können. Ich danke Harald im Namen der Umdasch Group für sein großes Engagement mit und für die Doka. Er wird uns über den Wechsel hinaus noch etwas begleiten und seine langjährige Erfahrung weiterreichen an seinen Nachfolger.

Auch ich freue mich, der Gruppe in strategischen Themen weiterhin verbunden bleiben zu dürfen. Ich bedanke mich bei der Familie Umdasch für ihr Vertrauen, bei meinen Management-Kollegen für die Zusammenarbeit und bei all unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihre Loyalität und ihren Einsatz.

Es grüßt Sie alle herzlich

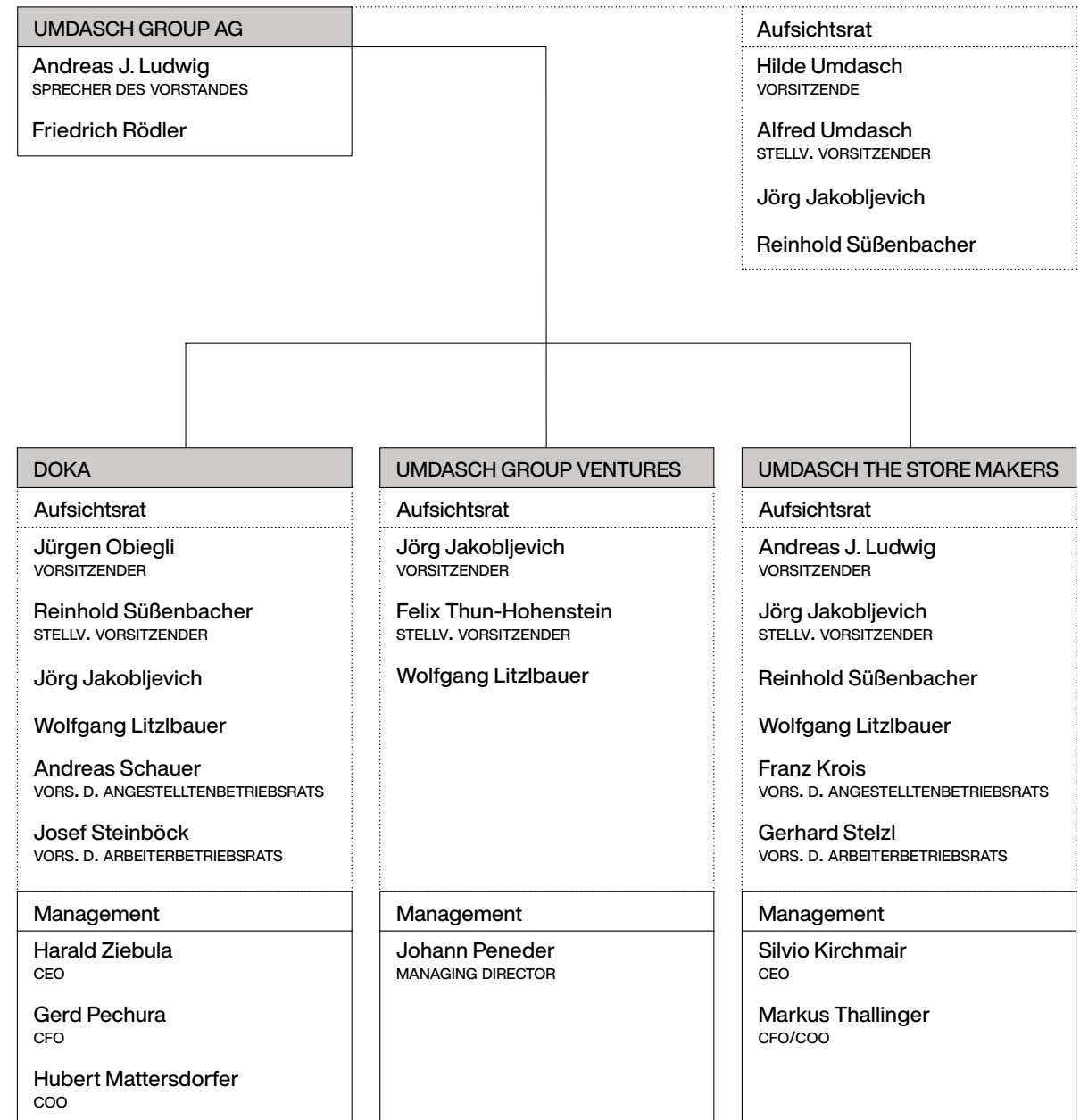


Andreas J. Ludwig,
Sprecher des Vorstandes
der Umdasch Group

Organigramm Stand: 31.12.2020



Umdasch Group Headquarter Amstetten



Unsere Finanzen

Das Erkennen von Chancen ist eine der wesentlichen Führungsaufgaben. Genau wie das Managen von Risiken. Beides war im letzten Jahr gleichermaßen gefragt und gefordert. Während das Krisenmanagement wichtige Maßnahmen zum Liquiditätserhalt und zur Kosteneingrenzung setzte, wurden gleichzeitig zukunftsweisende Investitionsprojekte in die Tat umgesetzt.



Krisen sind destruktiv. Aber sie verraten auch viel.

Covid-19 hat die Welt destabilisiert. Das Virus hat eine humanitäre Katastrophe ausgelöst, die die Weltgemeinschaft an die Grenzen ihrer Belastbarkeit führt. Es hat die Routinen der Wirtschaft gestört, ihr Motor ist gehörig ins Stottern geraten. Corona wirkt wie ein Brennglas: Es richtet seine Linse darauf, wo Schwachstellen liegen. Das kann die Welt auch für sich nützen.

SDG



KPI 1

Gesamt-
kapitalrentabilität **6,9 %**

$$\frac{\text{EBIT}}{\text{Ø Gesamtkapital}}$$


Für uns war 2020 ein Gradmesser unserer Agilität: Wie flexibel können wir uns auf Unerwartetes einstellen? Wie initiativ sind wir? Wie leistungstark ist unsere Organisation, wenn es wirklich darauf ankommt? Und wie strapazierfähig ist unsere Stabilität in Krisenzeiten?

Der Bericht auf Seite 134 „Corona-Management – was wir aus der Krise lernen können“ zeigt, dass wir im Stresstest in wesentlichen Bereichen gut bestehen konnten. Gerade in schwierigen Zeiten bewährt sich eine wertorientierte Unternehmenskultur: Langfristigkeit und Nachhaltigkeit statt Ad-hoc-Politik und Populismus.

Liquidität

Die Krise braucht gleichzeitig drei Perspektiven: das Now, das Next und das Beyond. Das unmittelbare Heute bedeutete 2020 einerseits die Wahrnehmung der Sorgfaltspflicht gegenüber den Mitarbeiter*innen. Im Fokus stand parallel aber auch die Steuerung der Liquidität und des Umlaufvermögens zur Sicherung der wirtschaftlichen und operativen Leistungsfähigkeit.

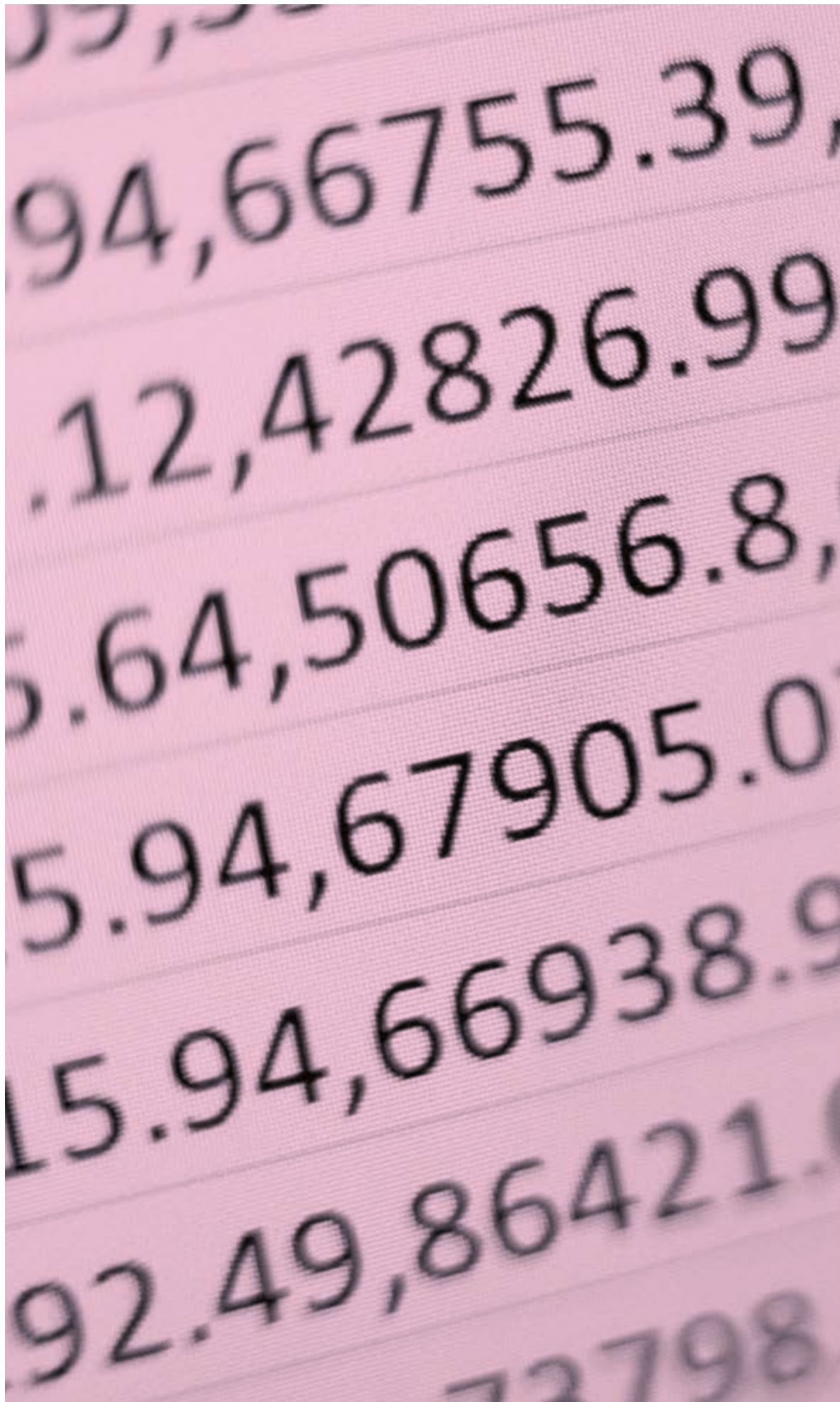
Rentabilität

Die Rentabilität gibt Aufschluss darüber, wie gut ein Unternehmen in der Lage ist, seinen erwirtschafteten Umsatz bzw. das eingesetzte Kapital in Gewinn umzuwandeln. Zu den beeinflussenden Faktoren zählen die Optimierung von Strukturen und Prozessen sowie der wirtschaftliche Einsatz von Ressourcen.

KPI 2

Umsatzren-
tabilität **8,8 %**

$$\frac{\text{EBIT}}{\text{Umsatzerlöse}}$$

Stabilität

Stabilität ist die Unempfindlichkeit gegenüber Störungen. In der Numerik beschreibt sie die Robustheit eines Verfahrens. Warum das an der Stelle erwähnt ist? Weil unter Stabilität vielfach nur ein emotionaler Anker verstanden wird, der uns in unsicheren Zeiten das Gefühl geben soll, gut aufgehoben zu sein. Stabilität ist aber auch eine Maßeinheit und als solche ist sie Teil unseres KPI-Sets, das Aufschluss über unsere finanzielle Robustheit gibt.

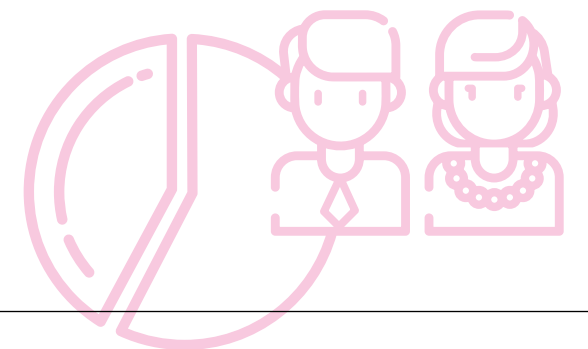
Konzernergebnis

Kostenkontrolle und Liquiditätssicherung sind nicht nur ein Gebot der Stunde. Die Devise des ordentlichen Kaufmanns, nicht mehr auszugeben, als man einnehmen kann, scheint manchmal etwas aus der Mode geraten. Für uns ist sie Teil der nachhaltigen Unternehmensstrategie. Der Fokus der Umdasch Group AG liegt seit jeher darauf, das strategische Wachstum aus den erwirtschafteten Gewinnen und somit aus eigenen Mitteln zu finanzieren. Das macht uns nicht nur unabhängig, sondern ermöglicht uns auch in Krisenzeiten Investitionen in die Zukunft. 2020 konnten wir unseren Betriebserfolg sogar leicht steigern (+4,4%). Das sichert uns eine solide Basis für unsere Investitionsvorhaben – und somit die Zukunft der Unternehmensgruppe.

KPI 3

Eigenkapital-
quote **61,4 %**

Eigenkapital
Gesamtkapital – liquide Mittel



Zahlen Daten Fakten 2020

Konzernabschluss und Konzernlagebericht der Umdasch Group AG zum 31. Dezember 2020

Allgemeines

Die Gesellschaft ist die zentrale Obergesellschaft der Umdasch Group mit den drei Sparten DOKA Schalungstechnik, umdasch Store Makers und Umdasch Group Ventures. Als Obergesellschaft übernimmt die Umdasch Group AG hauptsächlich die Gesamtsteuerung der Konzerngesellschaften sowie teilweise die Finanzierung und die Vermietung von Immobilien und Liegenschaften an die Tochtergesellschaften.

Konsolidierungsgrundlagen

Der Konzernabschluss wurde nach den Bestimmungen des österreichischen Unternehmensgesetzbuches (UGB) in der zum Bilanzstichtag geltenden Fassung für große Kapitalgesellschaften unter Beachtung der Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung sowie unter Beachtung der Generalnorm, ein möglichst getreues Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens zu vermitteln, aufgestellt. Allfällige Änderungen der Bewertung sind gesondert im Anhang erläutert. Die im Folgenden angeführten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden stimmen mit dem Konzept der Unternehmensfortführung überein.

In der Beilage 2 sind sämtliche verbundenen Unternehmen aufgelistet. Diese Unternehmen sind im Wege der Vollkonsolidierung berücksichtigt.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der Buchwertmethode. Aktive Unterschiedsbeträge wurden soweit möglich den stillen Reserven zugewiesen. Der aktivierte Firmenwert der Doka Schweiz AG wird über 15 Jahre abgeschrieben. Der Firmenwert der in 2019 erworbenen Rauh Betonschalungen AG wird über 10 Jahre abgeschrieben. Dieser Firmenwert ist durch Fusion mit der Doka Schweiz AG per 1.1.2020 auf diese übergegangen. Alle erworbenen Firmenwerte der umdasch Store Makers Group werden über 10 Jahre abgeschrieben (SEEN Media GmbH, umdasch Story Design a.s., umdasch Store Makers Croatia d.o.o. - vormals ATT Opremanje Interijera d.o.o., sowie die 2020 neu erworbene umdasch Madosan Raf Sistemleri TAS - Türkei). Auf den Firmenwert der umdasch Store Makers Croatia d.o.o. wurde im Jahr 2018 eine Teilwertabschrei-

bung um 50 % vorgenommen. Auf den Firmenwert der umdasch SEEN Media GmbH wurde in 2020 eine Teilwertabschreibung von 1 Mio. € gebucht.

Die anlässlich der Erstkonsolidierung zum 1.1.1994 festgestellten passiven Unterschiedsbeträge, die aus Gewinnthesaurierungen der Tochterunternehmen stammen, sind in der freien Rücklage enthalten. Kursdifferenzen wurden ergebnisneutral in das Eigenkapital gebucht.

Die im Rahmen der Schuldenkonsolidierung festgestellten Kursdifferenzen wurden ergebniswirksam ausgebucht.

Sämtliche konzerninternen Lieferungen und Leistungen werden im Rahmen der Aufwands- und Ertragskonsolidierung eliminiert. Weiters sind auch gegenseitig verrechnete Zinsaufwendungen und Zinserträge eliminiert worden.

Die aus den Bestandsveränderungen aus konzerninternen Lieferungen entstandenen Zwischengewinne sind ergebniswirksam ausgeschieden worden.

Latente Steuern werden auf Abgrenzungen für zeitliche Bewertungsunterschiede zwischen handels- und steuerrechtlichen Ansätzen, bei den Zwischengewinnen der Vorräte, sowie für ergebniswirksame Differenzen aus der Schuldenkonsolidierung berücksichtigt. Aktive und passive latente Steuern sind im Konzernabschluss getrennt ausgewiesen.

Die Währungsumrechnung wurde in der Bilanz mit dem Devisenmittelkurs zum Bilanzstichtag und in der Gewinn- und Verlustrechnung mit den Quartalsdurchschnittskursen des Jahres 2020 vorgenommen.

Verbundene Unternehmen

UMDASCH GROUP

FIRMA	SITZ	ANTEIL (direkt+indirekt)
Umdasch Group AG	AT-3300 Amstetten	
Umdasch Group Deutschland GmbH	DE-82216 Maisach	100 %
Umdasch Immobilien GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Umdasch Nieruchomosci sp. Z o.o	PL-50-102 Wroclaw	100 %
Umdasch Real Estate Netherlands B.V.	NL-5928LX Venlo	100 %
Umdasch Real Estate USA Ltd.	US-07643 Little Ferry	100 %
Umdasch Real Estate (UK) Ltd.	UK-ME17 4JD Maidstone	100 %
Umdasch Immobiliare S.R.L.	RO-077180 Judet ILFOV	100 %
OOO Umdasch Immob. Rus	RU-141800 Dmitrow	100 %

UMDASCH GROUP VENTURES

FIRMA	SITZ	ANTEIL (direkt+indirekt)
NeoTwin GmbH	DE-82166 Gräfelfing	51 %
Umdasch Group Ventures GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Umdasch Group NewCon GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Contact GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Neulandt GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Neulandt Cote d'ivoire	BP-117 Abidjan 08	100 %

DOKA GROUP

FIRMA	SITZ	ANTEIL (direkt+indirekt)
Doka GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Doka Beteiligungs-GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Lumus Consulting GmbH	DE-82214 Maisach	100 %
Doka Drevo sro	SK-97401 Banska Bystrica	100 %
OOO Doka Lipetsk	RU-399071 Lipetsk	100 %
Doka Production India Ltd	IN-411038 Maharashtra	100 %
Form-on GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Form-on USA Corp.	US-FL33169 Miami Beach	100 %
Concrefy B.V.	NL-5928 Venlo	100 %
BAS GmbH Deutschland	DE-Wesel	100 %
Doka DC Middle East FZE	U.A.E. Dubai	100 %
Doka DC North America Ltd.	US-60410 Channahon	100 %
Doka Distribution Center Apolda GmbH	DE-99510 Apolda	100 %
Doka Distribution Center Asia Pte Ltd	SG-609916 Singapore	100 %
DC Latin America S.A.	PA-Panama City	100 %
Doka Scaffolding Trading GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Deutsche Doka Schalungstechnik GmbH	DE-82216 Maisach	100 %
Doka Österreich GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Doka Schweiz AG	CH-8155 Niederhasli	100 %
Doka France SAS	FR-78610 Le Perray	100 %
Doka U.K. Formwork Technologies Ltd.	GB-Maidstone	100 %
Doka Ireland Formwork Technologies Ltd.	IE-Drogheda	100 %
Doka Nederland BV	NL-5342 PL Oss	100 %
Doka NV	BE-1740 Ternat	100 %
Doka Denmark APS	DK-4600 Koge	100 %
Doka Sverige AB	SE-45155 Uddevalla	100 %
Doka Norge AS	NO-3474 Aros	100 %
Doka Finland Oy	SF-03320 Selki	70 %
Doka Italia S.p.A.	IT-20060 Colturano MI	95 %
Doka Espana Encofrados S.A.	ES-28001 Madrid	100 %
Doka Portugal Confragens Lda	PT-2710-450 Sintra	100 %
Doka Hellas Formwork Technologies S.A	GR-15351 Pallini	100 %
Doka Israel Formwork Technology Ltd	IL-40201 Kefar Vitkin	100 %
Magyar Doka Kft	HU-1037 Budapest	100 %
Ceská Doka bednici technika spol.s.ro.	CZ-19600 Prag	100 %
Doka Slovakia debniaca technika sro	SK-82104 Bratislava	100 %
Doka Polska Sp.z.o.o.	PL-03-046 Warszawa	100 %
Doka Eesti OÜ	EE-74206 Harjumaa	100 %
SIA Doka Latvia	LV-2167 Riga	100 %

UAB Doka Lietuva	LT-08300 Vilnius	100 %
Doka Romania Tehnica Cofrajelor S.R.L.	RO-077180 Tunari	100 %
Doka Bulgaria EOOD	BG-1588 Krivina, Sofia	100 %
OOO Doka Rus	RU-105094 Moskau	100 %
Doka Ukraine TOV	UA-04210 Kiew	100 %
IOOO Doka Belform	BY-223013 Minsk	100 %
Doka Slovenija opazna tehnologija d.o.o.	SI-4270 Jesenice	100 %
Doka Hrvatska d.o.o.	HR-10000 Zagreb	100 %
Doka Serb d.o.o.	RS-22310 Simanovic	100 %
Doka Saudi Arabia Company Ltd	SA-22766 Jeddah	100 %
Doka Saudi Trading LLC	SA-21425 Jeddah	100 %
Advanced Formworks Company LLC	SA-21425 Jeddah	100 %
Doka Muscat LLC	OM-Muscat, Oman	100 %
Doka Jordan LLC	JO-11953 Amman	100 %
Doka Kalip-Iskele Sanayi ve Ticaret A.S.	TR-41400 Gebze-Kocaeli	100 %
Doka Gulf FZE	AE-Dubai	100 %
Doka Emirates LLC	AE-Sharjah	100 %
Doka Qatar W.L.L.	QA-Doha	100 %
SARL Doka Algérie	DZ-16017 Roubia	100 %
Doka Maroc SARL AU	MA-Temara	100 %
Doka South Africa (Pty) Ltd	ZA-1619 Kempton Park	100 %
Doka Formwork Nigeria Ltd	NG-Lagos	100 %
Doka Mocambique, Lda	MZ-Maputo Cidade	100 %
Doka Egypt for Trading LLC	EG-Cairo, Masr El Gedida	100 %
Doka Egypt for Engineering Services LLC	EG-Cairo, Masr El Gedida	100 %
Doka Egypt for Imp. and Exp. LLC	EG-Cairo, Masr El Gedida	100 %
Doka USA Holding Ltd.	US-19808 Delaware	100 %
Doka Development LLC	US-19808 Delaware	100 %
Doka USA Ltd.	US-07643 Little Ferry	100 %
Doka Canada Ltd	CA-Calgary	100 %
Doka Brasil Formas para Concreto Ltda	BR-07.190-010 Camp Guarulhos/ São Paulo	100 %
Doka Chile Encofrados Limitada	CL-Santiago de Chile	100 %
Doka Panama S.A.	PA-Panama City	100 %
Doka Service C. LAM S.A.	PA-Panama City	100 %
Doka México S.de R.L. de C.V.	MX-Estado de México	100 %
Doka Colombia Encofrados S.A.S	CO-Bogota	100 %
Doka Peru S.A.C.	PE-16 Lima	100 %
Doka Formwork Pte. Ltd.	SG-609916 Singapore	100 %
Doka Formwork Malaysia Sdn. Bhd.	MY-47810 Petaling Jaya	100 %
Doka China Ltd.	HK-Wanchai	100 %
Doka Formwork (Shanghai) Co. Ltd.	CN-201109 Shanghai	100 %
Doka Philippines, Inc.	PH-1770 Muntinlupa City	100 %
Doka Formwork Australia Pty Ltd	AU-2566 Minton NSW	100 %
Lubeca Pty Ltd	AU-3047 Melbourne	100 %
Doka India Pvt Ltd.	IN-410210 Navi Mumbai	100 %

UMDASCH STORE MAKERS

FIRMA	SITZ	ANTEIL (direkt+indirekt)
umdasch Store Makers Management GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
umdasch Store Makers Amstetten GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
umdasch Store Makers Leibnitz GmbH	AT-8430 Leibnitz	100 %
Assmann Ladenbau Polska Sp.z.o.o.	PL-04193 Warschau	100 %
umdasch Digital Retail GmbH	AT-4020 Linz	100 %
umdasch Store Makers United Kingdom Ltd	GB-OX4 1JU Oxford	100 %
umdasch Store Makers Ireland Ltd	IR-Drogheda, County Louth	100 %
umdasch Store Makers Neidenstein GmbH	DE-74933 Neidenstein	100 %
umdasch Store Makers Constr.GmbH	DE-49078 Osnabrück	100 %
Umdasch Shopfitting LLC	AE-2182774 Dubai	100 %
Umdasch Shopfitting AG	CH-4802 Strengebach	100 %
Umdasch Shopfitting Srl	IT-39100 Bozen	100 %
umdasch Story Design a.s.	CZ-57001 Litomysl	100 %
OOO umdasch RU	RU-140103 Moskau	100 %
Story Design Ukraine t.o.v	UA-01034 Kiew	100 %
Story Design Invest Ukraine t.o.v	UA-01133 Kiew	100 %
umdasch Store Makers Croatia d.o.o.	HR-10000 Zagreb	100 %
umdasch Seen Media GmbH	DE-52070 Aachen	100 %
umdasch Madosan Raf Sistemleri TAS	TR-16130 Nilüfer, Bursa	55 %
umdasch Madosan Dis Ticaret Anonim	TR-16130 Nilüfer, Bursa	55 %

ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN

FIRMA	SITZ	ANTEIL (direkt+indirekt)
Contour Crafting Corporation	US-EI Segundo L.A.	30 %
Doka China Sales Ltd.	HK-Hong Kong	40 %
Shopreme GmbH	AT-8055 Graz	26 %
Atlantic Pacific Equipment LLC	US-Delaware	20 %

Konzernbilanz

Aktiva

Angaben in T€		31.12.2020	31.12.2019
A	ANLAGEVERMÖGEN		
I.	IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE		
	1. Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte	10.440	12.272
	2. Firmenwert	26.136	29.729
	3. Geleistete Anzahlungen	531	393
		37.107	42.394
II.	SACHANLAGEN		
	1. Bebaute Grundstücke Grundwert	100.656	94.382
	2. Bebaute Grundstücke Gebäudewert	205.174	201.481
	3. Unbebaute Grundstücke	14.005	14.926
	4. Technische Anlagen und Maschinen	51.132	54.950
	5. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	34.465	41.065
	6. Geleistete Anzahlungen und Anlagen in Bau	37.318	46.551
		442.750	453.355
III.	FINANZANLAGEN		
	1. Anteile an assoziierten Unternehmen	16.483	7.133
	2. Sonstige Beteiligungen	176	202
	3. Wertpapiere des Anlagevermögens	12.089	11.475
		28.748	18.810
		508.605	514.559
B	UMLAUFVERMÖGEN		
I.	VORRÄTE		
	1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	22.131	23.513
	2. Unfertige Erzeugnisse	13.165	14.940
	3. Fertige Erzeugnisse und Waren	186.563	238.759
	4. Der Vermietung dienende Schalungen	398.989	430.213
	5. Noch nicht abrechenbare Leistungen	8.063	5.265
	6. Geleistete Anzahlungen	1.028	1.820
		629.939	714.510
II.	FORDERUNGEN UND SONSTIGE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE		
	1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 3.077 (VJ: 1.339)	271.424	347.594
	2. Sonstige Forderungen und Vermögensgegenstände davon davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 22.036 (VJ: 25.183)	70.349	83.795
		341.773	431.389
III.	SONSTIGE WERTPAPIERE UND ANTEILE	40.325	21.088
IV.	KASSENBESTAND, GUTHABEN BEI KREDITINSTITUTEN	179.239	59.226
		1.191.276	1.226.213
C	RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	6.235	8.465
D	AKTIVE LATENTE STEUERN	53.227	65.960
		1.759.343	1.815.197

Konzernbilanz

Passiva

Angaben in T€		31.12.2020	31.12.2019
A	EIGENKAPITAL		
I.	Eingefordertes und einbezahltes Grundkapital	36.350	36.350
II.	Gebundene Kapitalrücklagen	25.821	25.821
III.	Gewinnrücklagen		
	1. Gesetzliche Rücklage	2.151	2.151
	2. Andere Rücklagen	683.315	703.888
		685.466	706.039
IV.	BILANZGEWINN davon Gewinnvortrag 167.995 (VJ: 131.298)	189.586	179.995
	Auf Muttergesellschaft entfallendes Eigenkapital	937.223	948.205
V.	NICHT BEHERRSCHENDE ANTEILE	7.621	9.212
		944.844	957.417
B	RÜCKSTELLUNGEN		
	1. Rückstellungen für Abfertigungen	46.056	46.855
	2. Rückstellungen für Pensionen	14.570	14.624
	3. Steuerrückstellungen	83.617	63.037
	4. Rückstellung latente Steuern	12.259	10.917
	5. Sonstige Rückstellungen	130.304	127.903
		286.806	263.336
C	VERBINDLICHKEITEN		
	1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten davon mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr 98.550 (VJ: 153.392) davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 268.996 (VJ: 265.475)	367.546	418.867
	2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen davon mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr 13.864 (VJ: 13.793) davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 245 (VJ: 0)	14.109	13.793
	3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen davon mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr 87.946 (VJ: 117.619) davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 506 (VJ: 409)	88.452	118.028
	4. Sonstige Verbindlichkeiten davon mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr 54.618 (VJ: 42.595) davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 2.340 (VJ: 655) davon aus Steuern 27.566 (VJ: 26.090) davon im Rahmen der sozialen Sicherheit 7.950 (VJ: 7.140)	56.958	43.250
		527.065	593.938
	davon mit einer Restlaufzeit bis 1 Jahr 254.978 (VJ: 327.399) davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 272.087 (VJ: 266.539)		
D	RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	628	506
		1.759.343	1.815.197

Konzern Gewinn- & Verlustrechnung

Angaben in T€		2020	2019
1.	Umsatzerlöse	1.411.444	1.517.234
2.	Veränderung des Bestandes an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	-80.053	-8.137
3.	Andere aktivierte Eigenleistungen	1.189	2.603
4.	Sonstige betriebliche Erträge		
	a) Erträge aus dem Abgang vom und der Zuschreibung zum Anlagevermögen	882	2.100
	b) Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	3.173	2.164
	c) Übrige	36.158	20.212
		40.213	24.476
5.	Aufwendungen für Material und sonstige bezogene Herstellungsleistungen		
	a) Materialaufwand	-353.231	-486.952
	b) Aufwendungen für bezogenen Leistungen	-108.250	-105.683
		-461.481	-592.635
6.	Personalaufwand		
	a) Löhne	-110.201	-116.850
	b) Gehälter	-261.712	-261.456
	c) Soziale Aufwendungen		
	aa) Aufwendungen für Altersversorgung	-2.568	-2.662
	bb) Aufwendungen für Abfertigungen und Leistungen an betriebliche Mitarbeitervorsorgekassen	-17.198	-9.942
	cc) Aufwendungen für gesetzlich vorgeschriebene Sozialabgaben sowie vom Entgelt abhängige Abgaben und Pflichtbeiträge	-79.556	-79.122
	dd) Sonstige Sozialabgaben	-9.001	-10.537
		-480.236	-480.569
7.	Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen		
	a) Planmäßige Abschreibungen	-48.693	-47.088
	b) Außerplanmäßige Abschreibungen	-2.924	-285
		-51.617	-47.373
8.	Sonstige betriebliche Aufwendungen		
	a) Steuern, ausgenommen vom Einkommen und vom Ertrag	-5.906	-6.053
	b) Übrige	-249.640	-290.795
		-255.546	-296.848
9.	BETRIEBSERFOLG	123.913	118.751

Angaben in T€		2020	2019
10.	Erträge aus anderen Wertpapieren des Anlagevermögens	100	101
11.	Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	4.886	12.122
12.	Erträge aus dem Abgang von und der Zuschreibung zu Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens	0	96
13.	Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	-1.942	-890
14.	Aufwendungen aus Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens davon aus Abschreibungen 19 (VJ: 0)	-22	-3
15.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-45.629	-25.485
16.	FINANZERFOLG	-42.607	-14.059
17.	KONZERNERGEBNIS VOR STEUERN	81.306	104.692
18.	Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		
	a) Laufende Steuern davon aperiodischer Aufwand 15.331 (VJ: Ertrag 4.005)	-46.299	-34.631
	b) Latente Steuern davon aperiodischer Aufwand 1.303 (VJ: 0)	-14.246	-7.115
		-60.545	-41.746
19.	KONZERNERGEBNIS NACH STEUERN = KONZERNJAHRESÜBERSCHUSS	20.761	62.946
20.	Auf nicht beherrschende Anteile entfallendes Ergebnis	904	-619
21.	Zuweisung zu Gewinnrücklagen	-74	-13.630
22.	Gewinnvortrag	167.995	131.298
23.	BILANZGEWINN	189.586	179.995

Konzern- Eigenkapitalspiegel

Angaben in T€	Grundkapital	Kapitalrücklagen	Gewinnrücklagen	Bilanzgewinn	auf Muttergesellschaft entfallendes Eigenkapital	nicht beherrschende Anteile	Gesamt
Stand 1.1.2019	36.350	25.821	685.686	166.298	914.155	5.427	919.582
Währungsdifferenzen			6.723		6.723		6.723
Ausschüttungen				-35.000	-35.000	-1.458	-36.458
Jahresergebnis				62.327	62.327	619	62.946
Umbuchungen			13.630	-13.630			
Kapitalerhöhungen						4.624	4.624
Stand 31.12.2019	36.350	25.821	706.039	179.995	948.205	9.212	957.417
Währungsdifferenzen			-20.647		-20.647		-20.647
Ausschüttungen				-12.000	-12.000	-900	-12.900
Jahresergebnis				21.665	21.665	-904	20.761
Umbuchungen			74	-74			
Kapitalerhöhungen						213	213
Stand 31.12.2020	36.350	25.821	685.466	189.586	937.223	7.621	944.844

Konzern Cash Flow Rechnung

Angaben in T€	2020	2019
Konzernergebnis nach Steuern	20.761	62.946
Planmäßige Abschreibungen	48.692	47.088
Außerplanmäßige Abschreibungen	2.924	285
Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	1.942	710
Abschreibung von Finanzanlagen	4	180
Zuschreibung auf Sachanlagen	0	-802
Veräußerungsergebnis vom Anlagevermögen	-22	-913
Steueraufwand	60.544	41.747
Steuerzahlungen	-28.226	-56.430
nicht operativer Zins- u. Währungssaldo	39.915	13.350
Sonstige zahlungsunwirksame Veränderungen	40.700	-10.059
Veränderung der		
Vorräte	41.042	26.486
Der Vermietung dienende Schalungen	5.771	-10.663
Kundenforderungen	57.297	30.875
Forderungen und sonstige Umlaufaktiva, ARA	12.058	-13.445
Kurzfristige Rückstellungen	5.297	-5.548
Langfristige Rückstellungen	1.239	1.155
Lieferverbindlichkeiten	-16.158	-19.376
Andere Verbindlichkeiten, PRA	13.262	4.297
MITTELZUFLUSS AUS DER LAUFENDEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT	307.042	111.883
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände	-46.713	-97.242
Veränderung Verbindlichkeiten aus Investitionen	-11.906	7.749
Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-12.181	-421
Veränderung Verbindlichkeiten aus Finanzanlagen	2.168	0
Investitionen in das Finanzumlaufvermögen	-44.930	0
Veräußerungserlöse aus dem Finanzumlaufvermögen	693	0
Auszahlungen aus Unternehmenserwerben	-3.608	-14.573
Veräußerungserlöse vom Anlagevermögen	2.469	5.345
Zinsertrag Wertpapiere Anlagevermögen	100	101
MITTELABFLUSS AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT	-113.908	-99.041
Gewinnausschüttungen	-12.900	-36.458
Eigenkapitalzuschuss von Minderheiten	212	4.624
Auf-/ Abnahme kurzfristiger Kreditverbindlichkeiten	-52.594	-10.775
Aufnahme langfristiger Kreditverbindlichkeiten	30.000	42.000
Rückzahlung langfristiger Kreditverbindlichkeiten	-20.886	-6.368
Veränderung sonstiger langfristiger Verbindlichkeiten	1.685	-678
Zins- u. Währungssaldo aus Finanzierungen	-40.015	-13.451
MITTELABFLUSS AUS DER FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT	-94.498	-21.106
VERÄNDERUNG DER LIQUIDEN MITTEL	98.636	-8.264

LIQUIDE MITTEL (KASSENBESTAND UND GUTHABEN BEI KREDITINSTITUTEN)	2020	2019
Stand 1.1.	80.314	87.127
Umgliederung liquider Mittel mit Laufzeit > 3 Monate	-21.088	0
Währungsdifferenzen	-3.623	1.451
Stand 31.12.	154.239	80.314
ZAHLUNGSWIRKSAME VERÄNDERUNG DER LIQUIDEN MITTEL	98.636	-8.264

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Immaterielle Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen, bewertet. IT-Software wird auf 3 bis 5 Jahre, Anschlussrechte werden auf 10 Jahre abgeschrieben.

Sachanlagen sind zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen, angesetzt. Die Herstellungskosten umfassen die direkten Kosten. Soziale Aufwendungen sowie Fremdkapitalzinsen sind nicht aktiviert.

Die planmäßige Abschreibung erfolgt linear mit folgenden Nutzungsdauern:

Büro- und Verwaltungsgebäude	33 – 50 Jahre
Produktions- und Lagerhallen	20 – 40 Jahre
Technische Anlagen und Maschinen	5 – 10 Jahre
Betriebs- und Geschäftsausstattung	4 – 15 Jahre
Fahrzeuge	3 – 5 Jahre

Geringwertige Vermögensgegenstände werden im Zugangsjahr voll abgeschrieben sowie als Zugang und Abgang dargestellt.

Die Anteile an assoziierten Unternehmen betreffen die 30 %ige Beteiligung an der Contour Crafting Corporation sowie die 40 %ige Beteiligung an der Doka China Sales Ltd. (Hongkong). Im Jahr 2020 neu hinzugekommen sind eine 26 % Beteiligung an der Shopreme GmbH Österreich sowie eine 20 % Beteiligung an der Atlantic Pacific Equipment LLC in den USA. Alle assoziierten Unternehmen sind mit der at equity Methode konsolidiert.

Die bei der erstmaligen Anwendung der Equitykonsolidierung aufgedeckten Unterschiedsbeträge wurden

in den Gesellschaften auf Firmenwerte, vorhandenen Patenten und bewertbarem Know How zugeordnet und werden über eine Nutzungsdauern zwischen 5 und 17 Jahren abgeschrieben. Der Unterschiedsbetrag zwischen Buchwert und anteiligem Eigenkapital der Atlantic Pacific Equipment LLC zum Zeitpunkt der Erstkonsolidierung am 31.10.2020 beträgt 5.947 T€, jener an der Shopreme GmbH am 31.8.2020 beträgt 2.953 T€.

Alle übrigen Finanzanlagen sind zu Anschaffungskosten bilanziert. Außerplanmäßige Abschreibungen und Zuschreibungen werden berücksichtigt.

Im Vorratsvermögen sind die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe mit durchschnittlichen Anschaffungskosten oder niedrigeren Tageswerten bewertet. Anschaffungsnebenkosten und Anschaffungskostenminderungen sind berücksichtigt. Für zu hohe Reichweiten und spezielle Risiken werden zusätzliche Wertberichtigungen gebildet.

Unfertige und fertige Erzeugnisse sind mit durchschnittlichen Konzernherstellungskosten bewertet. Diese enthalten die Einzelkosten sowie anteilige produktionsbezogene Gemeinkosten. Verwaltungsgemeinkosten, soziale Aufwendungen sowie Fremdkapitalzinsen sind nicht angesetzt. Zur Sicherung einer verlustfreien Bewertung werden Abschläge bei größeren Lagerreichweiten vorgenommen.

Die der Vermietung dienenden Schalungen sind ebenfalls zu Konzernherstellungskosten angesetzt, wobei eine planmäßige Wertminderung aufgrund einer geschätzten Nutzungsdauer von 6 bis 8 Jahren bzw. 14 bzw. 20 Jahren (für sehr langlebige Produkte im Schwerlastbereich, die nicht betonberührend sind) abgesetzt wird. Für überdurchschnittliche Liegegrade und spezielle Risiken bei den vermieteten Schalungen werden zusätzliche Wertberichtigungen gebildet.

Aufgrund der vom Konzern beabsichtigten und von den Kunden auch tatsächlich regelmäßig erfolgten Ausübung der Kaufoption nach Ablauf einer kurzen Mietzeit sowie der häufigen Gebrauchtverkäufe aus dem Mietpark hat dieser Posten kurzfristigen Charakter, sodass er im Umlaufvermögen ausgewiesen ist.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sind zum Nennwert bilanziert. Im erforderlichen Umfang wurden Einzelwertberichtigungen vorgenommen. Überfällige Forderungen wurden pauschal wertberichtigt. Covid bedingt erfolgte eine Anpassung des Pauschalsatzes für die Wertberichtigungen von 2 % auf 4 %. Zusätzlich werden damit ab 2020 auch noch nicht fällige und bis zu einem halben Jahr überfällige Forderungen wertberichtigt. Fremdwährungsforderungen sind mit dem Anschaffungskurs oder dem niedrigeren Kurs zum Bilanzstichtag bewertet.

Der Ansatz der Wertpapiere des Umlaufvermögens erfolgt zu Anschaffungskosten bzw. zu den niedrigeren Börsenkursen am Bilanzstichtag.

Latente Steuerabgrenzungen auf zeitliche Differenzen zwischen Bilanzansätzen und steuerlich maßgeblichen Werten sowie auf Konsolidierungsbuchungen werden entsprechend gebildet.

Im Eigenkapital entsprechen das Grundkapital, die gebundenen Kapitalrücklagen, die gesetzliche Rücklage sowie der Bilanzgewinn den Werten des Einzelabschlusses der Umdasch Group AG.

Die Abfertigungs- und Jubiläumsgeldrückstellungen wurden versicherungsmathematisch nach der PUC-Methode („projected unit credit method“) ermittelt, wobei als rechnungsmäßiges Pensionsantrittsalter das frühestens mögliche Anfallsalter für die (vorzeitige) Alterspension

gemäß Pensionsreform 2004 unter Berücksichtigung der Übergangsregelungen zugrunde gelegt wurde. Der Berechnung liegt die neue Pensionstafel AVÖ 2018-P zu Grunde. Als Rechnungszinssatz wurde ein 7-Jahresdurchschnittswert von 1,60 % (Vorjahr 1,97 %) gewählt. Für die Gehaltsvalorisierung wurde ein unterschiedlicher 4-Jahresdurchschnitt angesetzt; dieser bewegte sich bei den inländischen Gesellschaften für die Abfertigungsrückstellung in einer Bandbreite von 2,60 % bis 2,90 %. Bei der Jubiläumsgeldrückstellung wurden dienstjahresabhängiger Fluktuationsabschläge von 6,5 % im 1. Dienstjahr auslaufend auf 0,0 % ab dem 15. Dienstjahr gerechnet.

Die Pensionsverpflichtungen wurden ebenfalls versicherungsmathematisch nach der PUC Methode unter Ansatz eines 7-Jahresdurchschnittszinssatzes von 1,60 % (Vorjahr 1,97 %) und einer Valorisierung von 1,50 % (Leistungs- und Anwartschaftsphase) bewertet. Der Berechnung liegt die neue Pensionstafel AVÖ 2018-P zu Grunde.

Die sonstigen Rückstellungen werden für alle zum Zeitpunkt der Bilanzerstellung erkennbaren Risiken sowie der Höhe und dem Grunde nach ungewissen Verbindlichkeiten gebildet.

Verbindlichkeiten sind mit dem Erfüllungsbetrag angesetzt. Fremdwährungsverbindlichkeiten sind zum Entstehungskurs bzw. dem höheren Kurs am Bilanzstichtag bewertet.

Erläuterungen zur Konzernbilanz per 31.12.2020

In den Konsolidierungskreis wurden 2020 die neu gegründeten Gesellschaften Doka US Holding Ltd., Doka Development LLC, Doka Scaffolding Trading GmbH, umdasch Madosan Rif Sistemleri TAS und umdasch Madosan Dis Ticaret aufgenommen.

Aus dem Konsolidierungskreis ausgeschieden ist die Rauh Betonschalungen AG durch Fusion mit der Doka Schweiz AG per 1.1.2020 sowie die liquidierte Gesellschaft ATT Interjeri d.o.o. Serbien.

Die Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände in Höhe von 2,0 Mio. € betreffen zum Großteil verschiedene Softwareprodukte und Konzernlizenzen in der zentralen IT in Amstetten.

In Sachanlagen wurden insgesamt 44,7 Mio. € investiert – Corona bedingt war das nur knapp mehr als die Jahresabschreibung auf Sachanlagen mit 42,5 Mio. €. Die größte Einzelinvestition betrifft die noch in Bau befindliche neue Pulverbeschichtungsanlage am Standort St. Martin mit anteiligen Baukosten von 9,8 Mio. €. Weiters wurden bauliche Investitionen in die Niederlassung Graz in der Höhe von 1,1 Mio. € und maschinelle Investitionen in die Produktionsstandorte Amstetten und St. Martin in der Höhe von 3,1 Mio. € getätigt.

Die Fertigstellung der neuen Länderzentrale in Polen (Warschau) hat Investitionen in der Höhe von 4,9 Mio. € nach sich gezogen, eine Grundstückserweiterung für die Länderzentrale in Rumänien hat rund 0,9 Mio. € gekostet und für ein Grundstück in Florida wurde eine Anzahlung von rund 1,3 Mio. € geleistet. Bei den Zugängen in Betriebs- und Geschäftsausstattung in der Höhe von insgesamt 7,2 Mio. € handelt es sich weitgehend um Ersatzinvestitionen.

In den Anteilen an assoziierten Unternehmen sind neben dem 30% Anteil an der amerikanischen Contour Crafting Corporation Ltd. und dem 40 % Anteil an der Doka China Sales Ltd. (Hongkong) im Jahr 2020 eine 26 % Beteiligung an der Shopreme GmbH in Österreich und eine 20 % strategische Beteiligung an der Atlantic Pacific Equipment LLC neu hinzugekommen.

Die Wertpapiere des Anlagevermögens dienen weitgehend der Besicherung von Pensionsverpflichtungen und sind an die Begünstigten verpfändet. Aufgrund gesunkener Kurswerte sind Abwertungen von 4 T€ (Vorjahr Aufwertungen von 88 T€) erfolgt.

Die Vorräte enthalten 186.563 T€ (Vorjahr 238.759 T€) fertige Erzeugnisse und Waren. Die Fertigerzeugnisse der Doka werden hauptsächlich in Österreich und teilweise in der Slowakei (Schalungsplatten) gefertigt. Die Sparte umdasch Store Makers hat ihre Hauptproduktion in Österreich und in Tschechien.

Die der Vermietung dienenden Schalungen haben einen Buchwert von 398.989 T€ (Vorjahr 430.213 T€) – dabei handelt es sich um großteils eigene Erzeugnisse, die über die Doka Vertriebsstruktur an Kunden vermietet werden.

In den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind Pauschalwertberichtigungen von 18.074 T€ (Vorjahr: 11.294 T€) enthalten. Ein Betrag von 6.539 T€ stammt dabei aus der Anpassung des Wertberichtigungsprozentsatzes auf 4%. Von den Forderungen aus Lieferung und Leistungen sind 3.310 T€ (Vorjahr: 4.530 T€) wechselfähig verbrieft.

In den sonstigen Forderungen sind im wesentlichen Forderungen aus Steuern vom Einkommen und Ertrag

sowie sonstigen Steuern in der Höhe von 40.788 T€ (Vorjahr: 47.593 T€) enthalten. In den sonstigen Forderungen sind 21.322 T€ (Vorjahr: 23.720 T€) an Erträgen enthalten, die erst nach dem Bilanzstichtag zahlungswirksam werden.

Die Wertpapiere des Umlaufvermögens beinhalten ausschließlich Anleihen und Rentenfonds mit Anschaffungskosten von 40.370 T€ (Vorjahr: 21.118 T€). Geringfügige Abschreibungen sind erfolgt.

Die aktiven und passiven latenten Steuern betreffen Steuerabgrenzungen gemäß § 198 Abs. 10 UGB und sind unter Anwendung der in den einzelnen Ländern gültigen Steuersätze berechnet worden. Weiters wurde bei der Bilanzierung pro Land die Realisierbarkeit der aktiven Steuerlatenz in den nächsten Jahren nach voraussichtlicher Verrechenbarkeit berücksichtigt. Aktive und passive Steuerlatenzen sind pro Gesellschaft saldiert auf der jeweils größeren Seite dargestellt.

Im Einzelnen errechnet sich auf die wesentlichen Bilanzpositionen nachfolgende latente Steuer:

Angaben in T€	Aktive latente Steuern 31.12.2020	Passive latente Steuern 31.12.2020	Aktive latente Steuern 31.12.2019	Passive latente Steuern 31.12.2019
Anlagevermögen	233	-3.226	1.000	-2.347
Vorräte	7.587	923	9.786	1.094
Der Vermietung dienende Schalungen	30.297	-8.144	39.365	-7.674
Forderungen	4.936	2.031	7.122	1.744
Personalrückstellungen	5.181	192	5.912	98
sonstige Rückstellungen	2.424	-1.109	2.581	-1.344
Bewertungsreserven	-947	-5.512	-1.158	-5.135
Verlustvorträge	5.740	2.754	6.220	2.787
sonstiges	-2.224	-168	-4.868	-140
Latente Steuer lt. Bilanz	53.227	-12.259	65.960	-10.917

Das Grundkapital beträgt unverändert 36.350 T€ und ist auf 5 Millionen nennbetragslose Stückaktien aufgeteilt.

Sonstige Rückstellungen

Angaben in T€	2020	2019
Jubiläumsgeldrückstellung	8.298	7.975
sonstige personalbezogene Rückstellungen	49.647	48.584
Rückstellungen für Garantien u. Gewährleistungen	8.829	7.473
RST für auftragsbezogene Fertigstellungsarbeiten	11.145	7.508
Rückstellung für Rückkaufverpflichtungen	5.120	6.199
Rückstellung für Erlösminderungen	7.744	6.612
Rückstellung für fehlende Rechnungen	11.390	15.872
RST Drohverluste aus schwebenden Geschäften	6.816	4.269
Rückstellung für Provisionen Fremde	2.065	2.886
restliche sonstige Rückstellungen	19.250	20.525
Summe sonstige Rückstellungen	130.304	127.903

In den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sind 36.605 T€ (Vorjahr: 48.921 T€) mit einer Restlaufzeit von mehr als 5 Jahren enthalten. Von den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten mit einer Restlaufzeit bis 1 Jahr stammen 57.164 T€ (Vorjahr: 97.164 T€) aus Exportfinanzierungen mit revolvingem Charakter.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen beinhalten 5.370 T€ (Vorjahr: 17.276 T€) Verbindlichkeiten für Investitionen.

In den sonstigen Verbindlichkeiten sind 25.260 T€ (Vorjahr: 14.425 T€) Aufwendungen enthalten, die erst nach dem Bilanzstichtag zahlungswirksam werden.

Die Eventualverbindlichkeiten aus Bankgarantien und Wechselobligo betragen 14.059 T€ (Vorjahr: 11.186 T€).

Die Verpflichtungen aus der Nutzung von in der Bilanz nicht ausgewiesenen Sachanlagen betragen für 2021 insgesamt 24.382 T€ (Vorjahr 25.079 T€) sowie für die Jahre 2021-2025 77.732 T€ (Vorjahr 81.689 T€).

Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung 2020

Die Gewinn- und Verlustrechnung wird nach dem Gesamtkostenverfahren erstellt.

Die Umsatzerlöse bestehen zum Großteil aus Verkauf- und Mieterlösen von Doka Schalungsprodukten sowie der Planung, Lieferung und Montage von Ladeneinrichtungen in der Sparte umdasch Store Makers.

Umsatzerlöse nach Sparten

Angaben in T€	2020	2019
Doka Schalungstechnik	1.169.770	1.276.445
umdasch Store Makers	241.459	240.749
Umdasch Group Ventures	215	41
Summe Umsatz	1.411.444	1.517.235

Umsatzerlöse nach Regionen

Angaben in T€	2020	2019
Österreich	191.401	181.590
Europäische Union	684.369	740.415
Restliches Europa	135.389	121.758
Außerhalb Europas	400.285	473.471
Summe Umsatz	1.411.444	1.517.235

Der Umsatzrückgang in der Höhe von fast 7 % hat sich regional stark unterschiedlich dargestellt. Während in Österreich und in Zentraleuropa die Umsätze sogar leicht höher waren als 2019, war in der restlichen Europäischen Union und im restlichen Europa ein Umsatzrückgang nicht zu vermeiden. Insgesamt ist damit in

Europa der Umsatz gegenüber 2019 um knapp mehr als 3 % zurückgegangen. Außerhalb Europas war der Umsatzrückgang mit mehr als 15 % deutlich höher. Mit Ausnahme von Nordamerika (ca. 6 % Umsatzrückgang) waren alle anderen Regionen von zweistelligen Rückgängen betroffen.

Übrige sonstige betriebliche Erträge

Angaben in T€	2020	2019
Kursgewinne	6.761	7.260
Zuschüsse und Förderungen	3.068	2.004
Corona-Kurzarbeitsunterstützungen	24.248	0
Auflösung von Wertberichtigungen	0	7.328
Versicherungsvergütungen	706	739
Wiedereingang abgeschriebener Forderungen	190	448
Diverse Erträge	1.185	2.433
Summe übrige sonstige betriebliche Erträge	36.158	20.212

Im Materialaufwand sind Abschreibungen auf die der Vermietung dienenden Schalungen in Höhe von 131.681 T€ (Vorjahr: 131.935 T€) enthalten.

Übrige sonstige betriebliche Aufwendungen

Angaben in T€	2020	2019
Transportkosten	77.161	86.362
Ausbuchung von Kundenforderungen	18.338	22.290
Dotierung WB zu Kunden- u. sonstigen Ford.	12.078	9.873
Miet- und Pachtaufwand	29.567	30.691
Werbeaufwand	6.826	15.069
Instandhaltungen	14.294	20.824
Reisekosten	11.259	24.941
Beratungskosten	27.138	31.313
Kursverluste	16.334	7.775
Diverse Aufwendungen	36.645	41.657
Summe übrige sonstige betrieb. Aufwendungen	249.640	290.795

In den sonstigen Zinsen und ähnlichen Erträgen sind Kursgewinne aus der Finanzierung in Höhe von 4.085 T€ (Vorjahr: 11.397 T€) enthalten. In den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen sind Kursverluste aus der Finanzierung in der Höhe von 30.932 T€ (Vorjahr: 5.199 T€) enthalten.

In den Steuern vom Einkommen und Ertrag sind Aufwendungen aus der Veränderung der latenten Steuern in der Höhe von 14.246 T€ (Vorjahr: 7.115 T€) enthalten. Ein Aufwand in der Höhe von 15.331 T€ (Vorjahr: Ertrag 4.005 T€) bezieht sich auf Steuern aus Vorperioden und betrifft großteils Vorsorgen für eine Steuerprüfung im arabischen Raum. Die Gesellschaft ist Gruppenträgerin im Sinne des § 9 KStG („Stand-alone“-Methode). In die steuerliche Unternehmensgruppe sind sowohl in- als auch ausländische Tochtergesellschaften einbezogen.

In den Aufwendungen für Abfertigungen und Leistungen an betriebliche Mitarbeiter sind 15.656 T€ (Vorjahr: 8.469 T€) an Aufwendungen für Abfertigungen enthalten.

Mit den inländischen Gruppenmitgliedern besteht ein Gruppen- und Steuerausgleichsvertrag, wonach die Körperschaftsteuer von der Gesellschaft abgeführt und an die Gruppenmitglieder weiterverrechnet wird. Ab 2018 wird im Falle von Verlusten eine negative Steuerumlage gutgeschrieben.

Erläuterungen zur Konzern-Cash Flow Rechnung 2020

Die Darstellung erfolgt nach der indirekten Methode. Die dabei berücksichtigten Veränderungen von Bilanzpositionen im Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit werden um Effekte aus der Währungsumrechnung bereinigt.

Die Cash Flows aus der Investitions- und Finanzierungstätigkeit werden zahlungsbezogen ermittelt. Die Dividendenzahlungen werden als Teil der Finanzierungstätigkeit ausgewiesen. Die liquiden Mittel umfassen den Kassenbestand und die Guthaben bei Kreditinstituten mit Restlaufzeiten bis zu drei Monaten.

Angaben in T€	2020
Stand liquide Mittel lt. Bilanz	179.239
Abzüglich kurzfristige Veranlagungen (Ltz. > 3 Monate)	-25.000
Stand Finanzmittelfonds (liquide Mittel)	154.239

Die im Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit enthaltenen Auszahlungen aus Unternehmenserwerben setzen sich wie folgt zusammen:

Angaben in T€	2020	2019
Übernommenes		
Anlagevermögen	- 688	-1.174
Umlaufvermögen	- 2.564	- 10.451
Rückstellungen	+ 194	+ 1.622
Verbindlichkeiten	+ 2.964	+ 2.563
Eigenkapital	- 94	- 7.440
Anteiliges Eigenkapital 55 % (Vj.100 %)	- 52	- 7.440
Firmenwert	- 2.364	- 7.647
Kaufpreis Unternehmenserwerb	- 2.416	- 15.087
Veränd. Verbindlichkeiten Unternehmenskauf	- 1.240	- 2.152
Übernommene Liquide Mittel	+ 48	+ 2.666
Auszahlungen aus Unternehmenserwerben	- 3.608	- 14.573

Sonstige Angaben

• Finanzinstrumente

Trotz Konsolidierung der Konzernverrechnungen bleibt das zugrundeliegende Währungsrisiko bestehen, welches mit nachfolgenden Devisentermingeschäften gesichert wurde.

• Zinsswaps ohne Bewertungseinheit für einen Teil der langfristigen Kreditfinanzierung

Es sind Zinsswaps im Nominale von 65,0 Mio. € (Vorjahr: 65,0 Mio. €) mit negativem Marktwert von 5.810 T€ (Vorjahr: 4.167 T€) im Bestand. Aufgrund unterschiedlicher

Laufzeiten der Grundgeschäfte konnte keine Bewertungseinheit gebildet werden. Für die negativen Marktwerte wurde daher mit einer Drohverlustrückstellung vorgesorgt.

• Devisenterminverkäufe ohne Bewertungseinheit

Am Bilanzstichtag waren Euro-Devisentermingeschäfte ohne Bewertungseinheit im Ausmaß von 9.000 T€ (Vorjahr: 10.050 T€) mit einem positiven Marktwert von 167 T€ (Vorjahr: 246 T€) im Bestand.

• Devisenterminverkäufe mit Bewertungseinheit zu Konzernfinanzierungen

alle Werte in 1.000		Nominale 2020	T€-Wert 2020	Nominale 2019	T€-Wert 2019
AED	Arabischer Dirham	40.000	9.374	40.000	9.473
AUD	Australischer Dollar	12.000	7.362	12.000	7.371
CAD	Kanadischer Dollar	14.000	8.969	22.000	14.853
EUR	Euro	12.000	12.000	22.000	22.000
CLP	Chilenischer Peso	0	0	3.000.000	3.495
GBP	Sterling Pfund	7.000	7.747	7.000	7.828
PEN	Peruanischer Sol	0	0	15.000	3.960
PLN	Polnischer Zloty	60.000	13.264	60.000	13.753
SAR	Saudi-Arabischer Rial	45.000	9.804	45.000	10.643
SGD	Singapur-Dollar	8.000	4.980	8.000	5.133
USD	US-Dollar	42.700	35.830	46.200	40.675
			109.330		139.184
Positiver Marktwert T€			3.414		3.436
Negativer Marktwert T€			-210		-1.796

Aufgrund des Sicherungszusammenhangs mit den Grundgeschäften ist die Bildung einer Drohverlustrückstellung für die negativen Marktwerte unterblieben.

• Sonstiges

Die Aufwendungen für den Abschlussprüfer für die Prüfung von in den Konzernabschluss einbezogenen Jahresabschlüssen von österreichischen Tochterunternehmen und den Konzernabschluss betragen 207 T€ (Vorjahr 200 T€).

• Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Neben der andauernden weltweiten Corona Pandemie liegen keine weiteren besonderen Ereignisse nach dem Bilanzstichtag vor.

• Ergebnisverwendung

Der Vorstand wird dem Aufsichtsrat eine Dividende von € 20 Mio. vorschlagen.

• Organe

Vorstand:

Dr. Andreas J. Ludwig, Vorsitzender
Prof. Dipl. Ing. Mag. Friedrich Rödler

Aufsichtsrat:

Hilde Umdasch, Vorsitzende
Alfred Umdasch, stellv. Vorsitzender
Mag. Dr. Reinhold Süßenbacher
Dr. Jörg Jakobljevič

Amstetten, 21. April 2021

Der Vorstand



Dr. Andreas J. Ludwig



Prof. Dipl. Ing. Mag. Friedrich Rödler

Hinsichtlich der Bezüge des Vorstandes gem. § 239 (1) Z 4 wird die Schutzklausel gem. § 242 (4) UGB angewendet. Die Bezüge ehemaliger Vorstandsmitglieder betragen 584 T€ (Vorjahr 576 T€).

An die Mitglieder des Aufsichtsrates wurden Vergütungen von 150 T€ (Vorjahr: 150 T€) bezahlt.

• Personal

Aus dem Aufwand für Abfertigungen und Pensionen entfallen auf (ehemalige) Vorstandsmitglieder 396 T€ (Vorjahr 699 T€) und andere Mitarbeiter 17.828 T€ (Vorjahr 10.432 T€).

Die durchschnittliche Zahl der Arbeitnehmer während des Geschäftsjahres betrug 8.793, davon 3.824 Arbeiter und 4.969 Angestellte (Vorjahr 8.810, davon 3.930 Arbeiter und 4.880 Angestellte).

Entwicklung des Anlagevermögens - Konzern

Angaben in T€		Entwicklung der Anschaffungskosten						
		11.2020	Währungs- differenzen	Zugang Konsol.Kreis	Zugänge	Abgänge	Um- buchungen	31.12.2020
I. IMMATERIELLE VERMÖGENS- GEGENSTÄNDE								
1.	Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte	47.878	-98	77	1.860	-67	3	49.653
2.	Firmenwert	51.420	-427	2.364	18	-553		52.822
3.	Geleistete Anzahlungen	393			141		-3	531
Zwischensumme		99.691	-525	2.441	2.019	-620		103.006
II. SACHANLAGEN								
1.	Bebaute Grundstücke							
	Grundwert	95.962	-3.048		1.441	-222	7.745	101.878
	Gebäudewert	442.005	-7.528	67	6.155	-2.189	18.913	457.423
2.	Unbebaute Grundstücke	15.368	-178		31	-1.216		14.005
3.	Technische Anlagen und Maschinen	306.467	-1.892	1.286	5.717	-3.222	2.428	310.784
4.	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	150.884	-2.597	159	7.159	-4.874	584	151.315
5.	Geringwertige Vermögensgegenstände	15	-1	2	1.442	-1.440		18
6.	Geleistete Anzahlungen und Anlagen in Bau	46.765	-2.040	4	22.749	-327	-29.670	37.481
Zwischensumme		1.057.466	-17.284	1.518	44.694	-13.490		1.072.904
III. FINANZANLAGEN								
1.	Anteile an assoziierten Unternehmen	9.897			11.563			21.460
2.	Sonstige Beteiligungen	394				-26		368
3.	Wertpapiere des Anlagevermögens	11.591			618			12.209
Zwischensumme		21.882			12.181	-26		34.037
		1.179.039	-17.809	3.959	58.894	-14.136		1.209.947

Entwicklung der kumulierten Abschreibung							Restbuchwerte	
1.1.2020	Währungs- differenzen	Zugang Konsol. Kreis	Jahres AfA	Abgänge	Um- buchungen	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2020
35.606	-80	49	3.699	-61		39.213	12.272	10.440
21.691	-166		5.424	-263		26.686	29.729	26.136
							393	531
57.297	-246	49	9.123	-324		65.899	42.394	37.107
1.580	-116			-242		1.222	94.382	100.656
240.524	-3.331	33	16.567	-1.544		252.249	201.481	205.174
442				-442			14.926	14.005
251.517	-603	713	11.171	-3.138	-8	259.652	54.950	51.132
109.819	-1.864	132	13.025	-4.270	8	116.850	41.065	34.465
15	-1	2	1.458	-1.456		18		
214	-51		273	-273		163	46.551	37.318
604.111	-5.966	880	42.494	-11.365		630.154	453.355	442.750
2.764	271		1.942*)			4.977	7.133	16.483
192						192	202	176
116			4			120	11.475	12.089
3.072	271		1.946			5.289	18.810	28.748
664.480	-5.941	929	53.563	-11.689		701.342	514.559	508.605

*) anteiliges Jahresergebnis

Lagebericht zum Konzernabschluss der Umdasch Group AG 2020

1. Konzern allgemein

Die Umdasch Group AG ist als Konzernobergesellschaft die Muttergesellschaft der jeweiligen Teilkonzerne Doka, umdasch Store Makers und Umdasch Group Ventures. Des Weiteren hält sie direkt oder indirekt Teile der betriebsnotwendigen Immobilien der Tochtergesellschaften und vermietet diese an ihre Töchter.

Eine weitere Aufgabe ist die teilweise Finanzierung der Tochtergesellschaften Doka GmbH, umdasch Store Makers Management GmbH, Umdasch Group Ventures GmbH und Umdasch Immobilien GmbH.

2. Doka Group

Die Doka GmbH als Tochtergesellschaft der Umdasch Group AG ist die Obergesellschaft des Teilkonzerns Doka. Die Schalungen werden in Werken in Österreich, der Slowakei und Russland produziert. Die Marktbearbeitung erfolgt über Vertriebsniederlassungen weltweit.

• Gesamtwirtschaftliches Umfeld

Vor der Ausbreitung von COVID-19 im Frühjahr 2020 verzeichnete die Weltwirtschaft ein moderates Wachstum. Auch die ersten zweieinhalb Monate des Doka Geschäfts waren davon gekennzeichnet. Der globale Ausbruch von COVID-19 führte zu einem starken Einbruch der Weltwirtschaft, wobei die Bauindustrie – bedingt durch hohe Auftragsbestände und lange Vorlaufzeiten – anders als z.B. der Dienstleistungssektor vom Grundgeschäft her langsamer schrumpfte. Stärker beeinflusst wurde der Umsatz durch regional unterschiedliche vorübergehende Lockdowns, die teilweise zu einem Stillstand der Baustellen führten. Im Großen und Ganzen wurde jedoch der Bausektor in den meisten Ländern der Welt als „business essential“ betrachtet, sodass die Bautätigkeit auf moderatem Niveau trotz vieler Lockdowns weiterlief.

• Krisenmaßnahmen

Krisenmaßnahmen ergriff die Geschäftsführung sowohl für die Doka GmbH als auch ihre Tochterunternehmen. Die Standorte Amstetten, St. Georgen und St. Martin gingen von April bis September in Kurzarbeit, sowohl in der Produktion als auch in der Verwaltung. In den Vertriebstöchtern wurden diverse Kosteneinsparungsprogramme durchgeführt. Im Rahmen eines detailliert

ausgearbeiteten „Cost Focus“ Programms wurden weltweit Kosteneinsparungen inkl. Mitarbeiterabbau veranlasst, um die Kostenstruktur dem gesunkenen Geschäftsniveau anzupassen. Am Standort Amstetten (inkl. St. Georgen und St. Martin) wurde dazu ein Sozialplan verhandelt und abgeschlossen, darüber hinaus auch ein Härtefallfonds eingerichtet.

Der Verlauf der weltweiten Krise spiegelte sich in konsolidierten Umsätzen des Teilkonzerns Doka wider (Umsatzwachstum nach Quartalen): Q1 -0,3 %, Q2 -13,7 %, Q3 -10,2 %, und Q4 -8,7 %.

Über das Jahr 2020 war die Produktion der Doka GmbH bedingt durch die o.a. COVID-19 Krise niedriger ausgelastet als im Jahr 2019. Auf die Nachfrage wurde durch Reduktion der Leiharbeitskräfte, dem Verbrauch von Zeitkontingenthasen, Kurzarbeit und Personalfreisetzung reagiert.

Im Rahmen der Restrukturierung wurden zwei Distribution Center in Jebel Ali (Dubai) und Singapore geschlossen, die DCs Amstetten (Österreich), Apolda (Deutschland) und Chicago (USA) werden jedoch weitergeführt.

• Strategische Partnerschaft

Im Oktober 2020 erwarb die Doka Development LLC, eine Enkelin der Doka GmbH, eine Minderheitsbeteiligung an dem in Roswell, GA, ansässigen amerikanischen Gerüsthersteller AT-PAC LLC. Gleichzeitig wurde zwischen der Doka GmbH und AT-PAC LLC ein Sales and Distribution Agreement mit weitgehenden weltweiten Vertriebsrechten im Segment Gerüst abgeschlossen. Durch diese Partnerschaft erschließen sich Doka große Chancen im weltweiten Gerüstmarkt.

• Umsatzentwicklung

Der Teilkonzern Doka verzeichnete im Jahr 2020 mit einem Umsatz von 1.174,2 Mio. € (Vorjahr 1.282,1 Mio. €) weltweit einen Umsatzrückgang von 8,4 %. Dabei entwickelte sich das Geschäft der Vertriebstochtergesellschaften regional sehr unterschiedlich. Während Zentral-europa trotz der Krise ein leichtes Wachstum erreichen konnte und die Umsätze in Nordamerika (USA und Kanada) nur leicht zurückgingen (teilweise währungsbedingt), waren die Regionen Lateinamerika, Middle East & Afrika sowie Asia Pacific von niedrigen zweistelligen Umsatzrückgängen betroffen. In diesen Regionen waren auch die Auswirkungen durch lokale Lockdowns am stärksten.

3. umdasch Store Makers

Die umdasch Store Makers Management GmbH, Amstetten, als Tochtergesellschaft der Umdasch Group AG ist die Obergesellschaft des Teilkonzerns umdasch Store Makers. Die Ladeneinrichtungen werden in verschiedenen Gesellschaften im In- und Ausland produziert, zugekauft und – teilweise schlüsselfertig – installiert. Der Markt wird direkt über die Tochtergesellschaften im In- und Ausland bearbeitet.

• Gesamtwirtschaftliches Umfeld

Das abgelaufene Jahr war, wie zu erwarten, massiv von den Auswirkungen der Corona-Pandemie geprägt. Dank eines hervorragenden Starts in das Jahr 2020 und einer positiven Entwicklung bei einzelnen Geschäftsbereichen zeigt sich jedoch für das Jahr ein, unter den besonderen Umständen, durchaus positives Bild auf der Absatzseite.

Insgesamt ist der erwartete Umsatzeinbruch ausgeblieben. In den meisten Branchen (Mode, Luxus, Reise,...) ist es ab März 2020, ausgelöst durch die zum Teil langanhaltenden verordneten Geschäftsschließungen und die damit einhergehenden wirtschaftlichen Herausforderungen bei vielen unserer Kunden zu einer deutlichen Investitionszurückhaltung gekommen, welche zum Teil immer noch anhält. In anderen Bereichen (Lebensmittel, Drogerie, Banken, Möbel,...) war jedoch nach kurzfristigen Rückgängen im 2. Quartal sogar eine größere Nachfrage als noch vor der Pandemie zu spüren. Die Tatsache, dass die umdasch Store Makers Gruppe auch im Vergleich zu anderen Marktbegleitern, sehr breit aufgestellt und damit in fast allen Bereichen des Handels tätig ist, hat den Teilkonzern sicherlich stabilisiert und vor einem größeren Umsatzrückgang bewahrt. Vor allem in den von den verordneten Geschäftsschließungen stark betroffenen Branchen ist allerdings davon auszugehen, dass eine Erholung noch einige Zeit auf sich warten lassen wird.

• Restrukturierungen

Auch wenn der Teilkonzernumsatz in Summe stabil zum Vorjahr geblieben ist, haben die Nachfragerückgänge in den stärker betroffenen Branchen dazu geführt, dass es an einzelnen Standorten zu einer massiven Unterauslastung gekommen ist. Diese Unterauslastung hat vor allem bei Produktionsstandorten im Lifestyle und Premiumbereich durch die hohen Fixkosten zu substantiellen Verlusten geführt. Für den Produktionsstandort

Neidenstein, welcher bereits in den letzten Jahren größere Schwierigkeiten hatte profitabel zu wirtschaften, war der Nachfrageeinbruch letztlich der Auslöser für die im April 2020 eingeleitete Werksschließung.

Auch der Produktionsstandort Dubai wurde durch die aktuelle Situation so schwer getroffen, dass dieser mit großer Wahrscheinlichkeit in den nächsten Monaten geschlossen werden muss. Die entsprechenden Schließungskosten sind vollumfänglich im Ergebnis 2020 enthalten.

• Akquisition Türkei

Trotz der allgemein schwierigen Corona-Situation im letzten Jahr konnte im Oktober 2020 eine seit längerer Zeit geplante Akquisition im Bereich Food Retail zum Abschluss gebracht werden. Trotz erschwelter Bedingungen, was beispielsweise die Reisemöglichkeiten im Jahr 2020 betraf, befindet sich seit 1.10.2020 eine Mehrheitsbeteiligung von 55% des Unternehmens Madosan (Bursa, Türkei), mit einem Jahresumsatz von rund 7 Mio. € und rund 120 Mitarbeiter, im Besitz der Umdasch Store Makers und wurde somit in den Konsolidierungskreis der Division Food Retail aufgenommen. Das Unternehmen Madosan ist vorrangig im Bereich kostengünstige Blechregalierung und Schwerlastregale tätig, was eine perfekte Ergänzung zu unserem Sortiment in Leibnitz darstellt, da beide Bereiche bisher nur am Rande bearbeitet wurden.

Das neue Gruppenmitglied soll, neben der Marktbearbeitung der bisher adressierten Märkte, zukünftig zusätzlich als Zulieferer für die Vertriebsmannschaft im DACH-Raum fungieren, was zu einem deutlichen Wachstum der Einheit führen wird.

• Umsatzentwicklung

Mit 241,8 Mio. € Umsatz konnte der Umsatz des Vorjahres von 241,4 Mio. € auch dank der Erstkonsolidierung der Akquisition Madosan (rund 1,9 Mio. Umsatz im 4. Quartal) sogar leicht übertroffen werden. Aber auch ohne die Umsätze, welche erstmalig im Jahr 2020 im Teilkonzern konsolidiert wurden, ist insgesamt der erwartete Umsatzeinbruch ausgeblieben.

Die bereits angesprochene stark unterschiedliche Entwicklung in den Divisionen spiegelt sich in den Umsatzzahlen wieder. Während die Division Food insgesamt um gut 12 % gewachsen ist, war vor allem die Division Premium mit einem Umsatzrückgang von fast 30 % am stärksten betroffen.

4. Umdasch Group Ventures

Die Umdasch Group Ventures GmbH ist die Obergesellschaft des Teilkonzerns Umdasch Group Ventures. Die Umdasch Group Ventures GmbH als reine Entwicklungsgesellschaft befasst sich in mehreren Projekten mit grundlegenden Trends und disruptiver Innovation im Bereich des gesamten Bau-Lebenszyklus (von Planung bis Abriss) sowie des Retail-Bereiches.

Die Vermarktung der von ihr entwickelten Technologien und Geschäftsmodelle betreibt die Umdasch Group Ventures GmbH über die von ihr gegründeten Tochtergesellschaften Umdasch Group NewCon GmbH, Neuland GmbH und Kontakt GmbH. Darüber hinaus werden Technologien und Produkte auch an die Schwestergesellschaft Doka GmbH verkauft oder lizenziert, sofern sie in deren Portfolio passen.

• Gesamtwirtschaftliches Umfeld

Die Auswirkungen der weltweiten Pandemie erforderten auf Grund der finanziellen Rahmenbedingungen einen massiven Eingriff in die Budgetierung fast aller Geschäftseinheiten. Ab dem 1. April 2020 wurde die Möglichkeit der Covid-Kurzarbeit in möglichst großem Ausmaß genutzt, um dadurch den Kompetenzverlust so gering als möglich zu halten und strategische Ziele dennoch fokussiert, zeitlich gestreckt zu realisieren. Vertriebliche Aktivitäten wurden priorisiert.

Die Umdasch Group Ventures GmbH (UGV) als Obergesellschaft des Teilkonzerns Ventures fokussierte sich im Berichtszeitraum trotz Kurzarbeit auf den Kompetenzaufbau in den Bereichen BIM (Building Information Modeling), IoT Hardwareentwicklung sowie Projekt-Ownership in der Softwareentwicklung. In den Bereichen Recht, Einkauf, HR, Finanzen und System-IT stützte sie sich auf Shared-Services der Schwesterfirma Doka.

Das Geschäftsjahr 2020 war auf der Ebene der eigenen Marktorganisation – Umdasch Group NewCon – von zahlreichen Aktivitäten zur erfolgreichen Unterstützung des Markteintrittes für die BU CONTACT einerseits und für die Marktkontaktabahnungen der BU NEULANDT andererseits, gekennzeichnet.

• Strategische Beteiligungen

Strategischen Beteiligungen an jungen Technologieunternehmen weltweit, vorzugsweise oberhalb der Sperrminorität, werden dann angestrebt, wenn deren Themenstellungen als strategisch besonders wichtig erkannt werden und sie bereits einen erheblichen Vorsprung erlangt haben. Die Beteiligungen Contour Crafting Corp. (30 %) in den USA und NeoTwin GmbH (51 %) in Deutschland bestehen schon länger. Neu hinzugekommen ist eine 26 % Beteiligung an der Shopreme GmbH in Österreich. Die Gesellschaft beschäftigt sich mit Lösungen im Bereich Self-Checkout Kassen, bargeldlose Bezahlung per Shopreme App und ähnlichen Anforderungen aus dem Bereich Einzelhandel.

• Umsatzentwicklung

Die Umdasch Group Ventures GmbH erzielte 2020 einen konsolidierten Umsatz von 3,80 Mio. € (Vorjahr: 1,26 Mio. €) im Wesentlichen durch Umsätze der CONTACT GmbH mit der Konzernschwestergesellschaft Doka GmbH.

5. Umdasch Immobilien GmbH

Investitionen in neue Liegenschaften werden weltweit direkt oder indirekt von der Umdasch Immobilien GmbH, Amstetten, durchgeführt. Diese sind an Gesellschaften der Doka oder umdasch Store Makers vermietet. Seit 2012 übt die Gesellschaft ihre operative Tätigkeit mit Projekten in Österreich, Deutschland, Niederlande, Großbritannien, Polen, Rumänien, Russland und USA aus.

Im Jahr 2020 konnten die Doka-Zentralen in Polen und Großbritannien fertiggestellt werden. Beide Objekte sind langfristig an die jeweilige Doka-Landesgesellschaft vermietet.

6. Kennzahlen

Die Umdasch Group erreichte im Jahr 2020 einen Umsatz von 1.411,4 Mio. €. Der Umsatz lag damit knapp 7 % unter dem Vorjahresniveau von 1.517,2 Mio. €. Die Umdasch Group erwirtschaftete ein EBIT von 123,9 Mio. € (Vorjahr 118,8 Mio. €) – das gestiegene EBIT bei gesunkenem Umsatz ist neben dem strikten Kostenmanagement auch auf die diversen staatlichen Corona-Unterstützungen zurückzuführen.

Die Umdasch Group schloss das Jahr mit einem Konzernergebnis vor Steuern von 81,3 Mio. € (Vorjahr 104,7 Mio. €) und einem Konzernjahresüberschuss von 20,8 Mio. € (Vorjahr 62,9 Mio. €) ab. Der Finanzerfolg ist mit -42,6 Mio. € gegenüber dem Vorjahr mit -14,1 Mio. € deutlich gesunken. Grund dafür sind die hohen Kursverluste aus den Konzernfinanzierungen bedingt durch die hohe Volatilität in diversen Währungen.

Die Investitionen in Sachanlagen, immaterielles Anlagevermögen und Finanzanlagen betrugen 58,9 Mio. € (Vorjahr 98,8 Mio. €).

	2020	2019
Umsatzrentabilität (EBIT/ Umsatzerlöse)	8,8 %	7,8 %
Eigenkapitalrentabilität (Ergebnis vor Steuern/ Ø Eigenkapital)	8,5 %	11,2 %
Gesamtkapitalrentabilität (EBIT/ Ø Gesamtkapital)	6,9 %	6,6 %
Bereinigte Eigenkapital-Quote (Eigenkapital/ Gesamtkapital-liquide Mittel)	61,4 %	55,2 %

8. Risikomanagement und Internes Kontrollsystem

Dem Geschäftsrisiko wird durch Organisation und Systeme Rechnung getragen, die der Art und dem Umfang des Geschäftes angemessen sind und permanent weiterentwickelt werden. Risikoadäquate Abläufe werden durch stabile und sichere Geschäftsprozesse gewährleistet.

Zentrale Elemente des Internen Kontrollsystems der Umdasch Group AG und ihrer Tochtergesellschaften sind

- der von der Umdasch Group AG herausgegebene Code of Conduct, ergänzt durch zusätzliche spezifische Compliance-Regelungen,
- das anonyme Hinweisgebersystem,
- unternehmensweite Richtlinien und Verfahrensanweisungen,
- klar definierte Organisationsstrukturen und Stellenbeschreibungen sowie
- verpflichtende Compliance-Schulungen für Mitarbeiter.

Zusätzlich ist das Management- und Qualitätssicherungssystem ausgewählter Tochter- und Enkelgesellschaften nach ISO 9001 zertifiziert. Die Wirksamkeit des Internen Kontrollsystems sowie die Effizienz der Prozesse wird durch regelmäßige Audits des Corporate Internal Audits überprüft. Dabei prüft das Corporate Internal Audit als Stabsstelle des Vorstands die Gesellschaften, Organisationseinheiten und Funktionen der Teilkonzerne für die gesamte Umdasch Group und zusätzlich regelmäßig in den Prüfungsausschüssen der Umdasch Group AG, Doka GmbH und umdasch Store Makers Management GmbH.

Das risikoorientierte Berichtswesen stellt regelmäßiges Financial Reporting, financial und non-financial KPIs und Analysen den Adressaten über ein Cockpit weltweit zur Verfügung.

Für finanzielle und nicht-finanzielle KPIs finden regelmäßige Forecasts der Bereiche und Tochtergesellschaften statt. Ein quartalsweise erstellter Enterprise Risk Management (ERM) Monitor informiert den Vorstand spezifisch über Risikoindikatoren in den Bereichen Auftragseingang, Umsatz, Markt, Debitorenmanagement, Einkaufs- und Verkaufspreise, Qualität, Vorräte, und Währungsrisiken.

Aufgrund ihrer weltweiten Präsenz ist die Umdasch Group und ihre Töchter Risiken aus der Veränderung von Wechselkursen ausgesetzt. Wechselkursrisiken werden aufgrund einer definierten Hedging Policy durch „Plain Vanilla“ Devisentermingeschäfte (Forwards, Swaps) abgesichert. Dabei ist immer der Bezug zum Grundgeschäft gegeben.

Die Bilanzsumme der Umdasch Group sank volumensbedingt um 56 Mio. € (-3,1 %) wobei die Vorräte um 85 Mio. € und die Kundenforderungen um 76 Mio. € gesunken sind. Gleichzeitig sind die liquiden Mittel um 139 Mio. € gestiegen.

Der Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit betrug 307,0 Mio. € (Vorjahr 111,9 Mio. €) – der extrem starke Anstieg ist auf das stark rückläufige Working Capital zurückzuführen. Der Cashflow aus der Investitionstätigkeit betrug -113,9 Mio. € (Vorjahr -99,0 Mio. €). Darin enthalten sind -44,9 Mio. € (Vorjahr: 0 Mio. €) kurzfristige Veranlagungen in das Finanzumlaufvermögen mit einer Restlaufzeit größer 3 Monate.

Bei einer Neuaufnahme von 30 Mio. € Langfristfinanzierungen, den geplanten Mittelverwendungen für Zinsen und Tilgungen und Gewinnausschüttungen im Ausmaß von 12,9 Mio. € betrug der Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit -94,5 Mio. € (Vorjahr -21,1 Mio. €). In Summe führte das zu einer Erhöhung des Finanzmittelfonds der liquiden Mittel um 98,6 Mio. € (Vorjahr: Reduktion um 8,3 Mio. €).

7. Finanzinstrumente

Die Umdasch Group AG finanziert – über die Eigenkapitalausstattung hinaus – die Doka GmbH, umdasch Store Makers Management GmbH, Umdasch Group Ventures GmbH und Umdasch Immobilien GmbH im Wesentlichen über variabel verzinsten Konzerndarlehen „at arm's length“, und wann immer möglich in lokaler Landeswährung. Die dabei entstehenden Fremdwährungspositionen werden im Rahmen des Risikomanagements zum Teil gesichert. Kursgewinne und -verluste aus den verbleibenden offenen Konzerndarlehen fallen somit im Finanzergebnis der Umdasch Group AG an.

Der Finanzierungsbedarf wird über bilaterale Bankkredite abgedeckt. Die Mutterfirmen der drei Teilkonzerne werden zu einem großen Teil über Kredite – im Falle der Doka GmbH auch ein Schuldscheindarlehen – in Österreich und international finanziert. Die Finanzierung ist Großteils Euro-basiert und variabel.

9. Forschung und Entwicklung

Die Grundlagenforschung der Umdasch Group erfolgt seit einigen Jahren in der **Umdasch Group Ventures**. Diese hat als Aufgabe die Analyse und Entscheidung, Aufsetzen und Durchführen von Entwicklungsprojekten mit dem Ziel potentiell disruptive neue Fähigkeiten und Kompetenzen zur Lösung relevanter Kundenprobleme für die Gruppe führend zu entwickeln.

Durch möglichst umfassende Analyse und Kenntnis globaler Trends und technologischer Fähigkeiten im Generellen, jedoch maßgeblich fokussiert auf den Bau- und Retailbereich, ist eine signifikante Verminderung der Wahrscheinlichkeit strategischer Überraschungen für den Gesamtkonzern zu erreichen. Diese Kernaktivität der Umdasch Group Ventures ist dauerhaft gegeben.

Daraus erkannte Potentiale für Produkte und Geschäftsmodelle werden in der Umdasch Group Ventures priorisiert und entweder über mehrere Projektphasen selbst zur Marktreife entwickelt oder durch strategische Beteiligungen für die Gruppe gesichert und zur Verfügung gestellt.

Darüber hinaus gibt es insbesondere in der **Doka Group** ein laufendes Forschungs- und Entwicklungstätigkeit für den Kernbereich Schalungstechnik. Im Jahr 2020 konnten dabei folgende wesentliche Neuprodukte auf den Markt gebracht werden:

• Rahmenschalung DokaXlight

Mit der DokaXlight vervollständigt Doka das Produktportfolio bei Wandschalungen mit einer sehr leichten und trotzdem robusten Ein-Personen-Handschalung. Das System wurde 2020 in Zentraleuropa und Westeuropa eingeführt und ermöglicht eine einfache, ergonomische sowie kostensparende Anwendung im Neubau oder Bauen im Bestand.

• DokaXact

DokaXact ist das erste drahtlose, interaktive, sensorbasierte System für das präzise Positionieren von Wandschalungselementen bei der Herstellung von vertikalen Bauwerken wie Hochhauskernen. Im Jahr 2020 wurden erfolgreich Projekte in mehreren Ländern umgesetzt.

• Eurex 20 LW

Mit innovativer Produktionstechnik aus hochfesten Stählen gefertigt, spart die Eurex 20 LW ca. 20 % an Gewicht gegenüber herkömmlichen Stützen aus unlegiertem Baustahl – bei gleicher Performance und Lebensdauer. Dies führt zu einer beträchtlichen Erleichterung bei Anwendung und Manipulation für den Nutzer. Im Jahr 2020 wurden in den ersten beiden Leadmärkten bereits sehr gute Verkaufserfolge erzielt.

• Volto Panel

Die flexible Stahlschalung für Tunnelprojekte kann sich verändernden Röhrengemetrien angepasst werden

und ermöglicht uns den Einstieg in ein neues Segment. Die Lösung entstammt einer Kooperation mit einem externen Partner und wurde 2020 auf ersten Baustellen eingesetzt.

• DokaMT

Kurz vor Abschluss stehen die Entwicklungstätigkeiten zum Projekt DokaMT. Mit DokaMT deckt Doka ein neues Segment im Tunnelschalungsbereich ab. Die neue mietbare Lösung stellt für unsere Kunden eine wirtschaftlich attraktive Alternative zu den traditionellen Verkaufsprodukten dar.

• Scaffolding

Infolge der strategischen Investition in AT-PAC wird die Produktkategorie Gerüst zu einem eigenen Geschäftsfeld. Der Einstieg in den globalen Markt für Gerüste eröffnet bisher unerschlossene Marktsegmente und stellt einen wesentlichen Meilenstein der Doka-Wachstumsstrategie dar. Zusammen mit unserem strategischen Partner AT-PAC steigt Doka global in das Segment Industrie ein. Das Gerüstsystem Ringlock ist in den Märkten Middle East / Asia Pacific und Lateinamerika eingeführt worden. Der Markteintritt in Nordamerika und Europa ist in Vorbereitung.

Im Bereich **umdasch Store Makers** liegt der Fokus auf der Entwicklung von Systemlösungen und Spezialmöbel (zB Liquid Dispenser) im Bereich Food Retail und der Integration von E-Komponenten in den Ladenbau im Bereich Digital Retail. Darüber hinaus werden lediglich kundenspezifische Produktentwicklungen getätigt.

10. Digitalisierung

Das Thema Digitalisierung hat durch die Corona-Pandemie eine Beschleunigung erfahren und ist daher wie bereits in den Vorjahren speziell im Focus aller Sparten der Umdasch Group.

In der Doka Group wird die Digitalisierung in den Bereichen Digital Services und Digital Engineering schon aktiv an den Kunden herangetragen. Mit Themen wie eCommerce & mydoka+, Remote Instructor, Doka Xact, Concremote oder Easy Formwork Planner ist Doka vorne mit dabei, wenn es darum geht die Digitalisierung am Bau voranzutreiben.

Gemeinsam mit der von der Umdasch Group Ventures entwickelten und auch von Doka vertriebenen Produkte Kontakt Sensor und Kontakt Build & Hub fokussiert sich die Umdasch Group auf die Digitalisierung und Prozessanalyse von Ortbetonbaustellen zur Produktivitätssteigerung.

Auch die umdasch Store Makers Group hat mit ihrer Division Digital Retail schon seit mehreren Jahren einen Schwerpunkt in der Digitalisierung im Einzelhandel gesetzt. Durch die neu geschaffene strategische Partnerschaft der Umdasch Group Ventures mit Shopreme ist 2020 ein weiterer Schritt in die Digitalisierung der Shopping-Welt gemacht worden.

11. Compliance

Die Umdasch Group und ihre Teilkonzerne sichern weltweit die Einhaltung von Compliance Regeln in allen Gesellschaften. Die Compliance-relevanten Prozesse werden regelmäßig und verpflichtend durch die Compliance Organisation (Chief Compliance Officer, Compliance Officers und Compliance Ambassadors) digital und analog geschult und die Einhaltung – ggf. im Zusammenspiel mit Corporate Internal Audit – überprüft.

12. Nachhaltigkeit (Integrated Reporting)

Aufgrund des Corona-bedingten Entfalls des Nachhaltigkeitsreportings 2019 werden die entsprechenden Entwicklungen der Umdasch Group und ihrer Tochtergesellschaften in Form eines Integrierten Geschäftsberichtes für dieses, das Berichtsjahr 2020, abgebildet.

Basierend auf dem Rahmenwerk des Internationalen Integrated Reporting Council (IIRC) werden darin erstmals KPIs vorgestellt, die die Performance in den einzelnen Kapitalarten nach IIRC (Finanzkapital, Ideenskapital, Realkapital, Humankapital, Sozialkapital und Ökokapital) reporten, ab diesem Zeitpunkt kontinuierlich messen und Veränderungen transparent darstellen. Ein starker Fokus des Reportings liegt dabei auf ökologischen Maßstäben (zB Anteil ökologisch positiv wirksamer Investitionen). Aber auch Aspekte der Innovations- und Marktfähigkeit oder der Mitarbeiterführung und -entwicklung sind entsprechend abgebildet.

Amstetten, 21. April 2021
Der Vorstand



Dr. Andreas J. Ludwig

Damit wird die Idee einer Integration und somit einer Verknüpfung von Nachhaltigkeit mit der laufenden Geschäftstätigkeit manifestiert und die Nachhaltigkeit als Innovationstreiber wesentlicher Unternehmensprozesse etabliert.

13. Ausblick

Die nach wie vor existierende COVID-19 Krise macht auch 2021 ein Fahren auf Sicht notwendig. Im Rahmen der Budgetierung wurden somit Szenario-Rechnungen für alle Organisationen erstellt, mit Maßnahmenkatalogen hinterlegt und entsprechende Trigger Points für weitere Maßnahmen definiert. Die Szenarioplanung ermöglicht eine flexible und den jeweiligen Märkten angemessene Anpassung der Maßnahmen.

Die Investitionen wurden in etwa auf Vorjahresniveau geplant, wobei Schwerpunkte die Realisierung von Marktchancen und Effizienzsteigerungen durch Prozessverbesserung sind.



Prof. Dipl. Ing. Mag. Friedrich Rödler

Bestätigungsvermerk

Bericht zum Konzernabschluss

• Prüfungsurteil

Wir haben den Konzernabschluss der Umdasch Group AG, Amstetten, und ihrer Tochterunternehmen (der Konzern), bestehend aus der Konzernbilanz zum 31. Dezember 2020, der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, der Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung und der Konzerngeldflussrechnung für das an diesem Stichtag endende Geschäftsjahr sowie dem Konzernanhang, geprüft.

Nach unserer Beurteilung entspricht der beigefügte Konzernabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt ein möglichst getreues Bild der Vermögens- und Finanzlage zum 31. Dezember 2020 sowie der Ertragslage und der Zahlungsströme des Konzerns für das an diesem Stichtag endende Geschäftsjahr in Übereinstimmung mit den österreichischen unternehmensrechtlichen Vorschriften.

• Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Abschlussprüfung in Übereinstimmung mit den österreichischen Grundsätzen ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Diese Grundsätze erfordern die Anwendung der International Standards on Auditing (ISA). Unsere Verantwortlichkeiten nach diesen Vorschriften und Standards sind im Abschnitt „Verantwortlichkeiten des Abschlussprüfers für die Prüfung des Konzernabschlusses“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind vom Konzern unabhängig in Übereinstimmung mit den österreichischen unternehmensrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und wir haben unsere sonstigen beruflichen Pflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Wir sind der Auffassung, dass die von uns, bis zum Datum des Bestätigungsvermerks, erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu diesem Datum zu dienen.

• Verantwortlichkeiten der gesetzlichen Vertreter und des Prüfungsausschusses für den Konzernabschluss

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Konzernabschlusses und dafür, dass dieser in Übereinstimmung mit den österreichischen unternehmensrechtlichen Vorschriften ein möglichst

getreues Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachten, um die Aufstellung eines Konzernabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist.

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen, Sachverhalte im Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit – sofern einschlägig – anzugeben, sowie dafür, den Rechnungslegungsgrundsatz der Fortführung der Unternehmenstätigkeit anzuwenden, es sei denn, die gesetzlichen Vertreter beabsichtigen, entweder den Konzern zu liquidieren oder die Unternehmenstätigkeit einzustellen, oder haben keine realistische Alternative dazu. Der Prüfungsausschuss ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses des Konzerns.

• Verantwortlichkeiten des Abschlussprüfers für die Prüfung des Konzernabschlusses

Unsere Ziele sind, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Konzernabschluss als Ganzes frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist, und einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unser Prüfungsurteil beinhaltet. Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit den österreichischen Grundsätzen ordnungsmäßiger Abschlussprüfung, die die Anwendung der ISA erfordern, durchgeführte Abschlussprüfung eine wesentliche falsche Darstellung, falls eine solche vorliegt, stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus dolosen Handlungen oder Irrtümern resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn von ihnen einzeln oder insgesamt vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie die auf der Grundlage dieses Konzernabschlusses getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Nutzern beeinflussen.

Als Teil einer Abschlussprüfung in Übereinstimmung mit den österreichischen Grundsätzen ordnungsmäßiger Abschlussprüfung, die die Anwendung der ISA erfordern, üben wir während der gesamten Abschlussprüfung pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung.

Darüber hinaus gilt:

- Wir identifizieren und beurteilen die Risiken wesentlicher falscher Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern im Abschluss, planen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken, führen sie durch und erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen. Das Risiko, dass aus dolosen Handlungen resultierende wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist höher als ein aus Irrtümern resultierendes, da dolose Handlungen kollusives Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen oder das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.

- Wir gewinnen ein Verständnis von dem für die Abschlussprüfung relevanten internen Kontrollsystem, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit des internen Kontrollsystems des Konzerns abzugeben.

- Wir beurteilen die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte in der Rechnungslegung und damit zusammenhängende Angaben.

- Wir ziehen Schlussfolgerungen über die Angemessenheit der Anwendung des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit durch die gesetzlichen Vertreter sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die erhebliche Zweifel an der Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir die Schlussfolgerung ziehen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, in unserem Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Konzernabschluss aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch die Abkehr des Konzerns von der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zur Folge haben.

- Wir beurteilen die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Konzernabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Konzernabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse in

einer Weise wiedergibt, dass ein möglichst getreues Bild erreicht wird.

- Wir erlangen ausreichende geeignete Prüfungsnachweise zu den Finanzinformationen der Einheiten oder Geschäftstätigkeiten innerhalb des Konzerns, um ein Prüfungsurteil zum Konzernabschluss abzugeben. Wir sind verantwortlich für die Anleitung, Überwachung und Durchführung der Konzernabschlussprüfung. Wir tragen die Alleinverantwortung für unser Prüfungsurteil.

Wir tauschen uns mit dem Prüfungsausschuss unter anderem über den geplanten Umfang und die geplante zeitliche Einteilung der Abschlussprüfung sowie über bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger bedeutsamer Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Abschlussprüfung erkennen, aus.

• Bericht zum Konzernlagebericht

Der Konzernlagebericht ist auf Grund der österreichischen unternehmensrechtlichen Vorschriften darauf zu prüfen, ob er mit dem Konzernabschluss in Einklang steht und ob er nach den geltenden rechtlichen Anforderungen aufgestellt wurde.

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung des Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit den österreichischen unternehmensrechtlichen Vorschriften.

Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit den Berufsgrundsätzen zur Prüfung des Konzernlageberichts durchgeführt.

• Urteil

Nach unserer Beurteilung ist der Konzernlagebericht nach den geltenden rechtlichen Anforderungen aufgestellt worden und steht in Einklang mit dem Konzernabschluss.

• Erklärung

Angesichts der bei der Prüfung des Konzernabschlusses gewonnenen Erkenntnisse und des gewonnenen Verständnisses über den Konzern und sein Umfeld wurden wesentliche fehlerhafte Angaben im Konzernlagebericht nicht festgestellt.

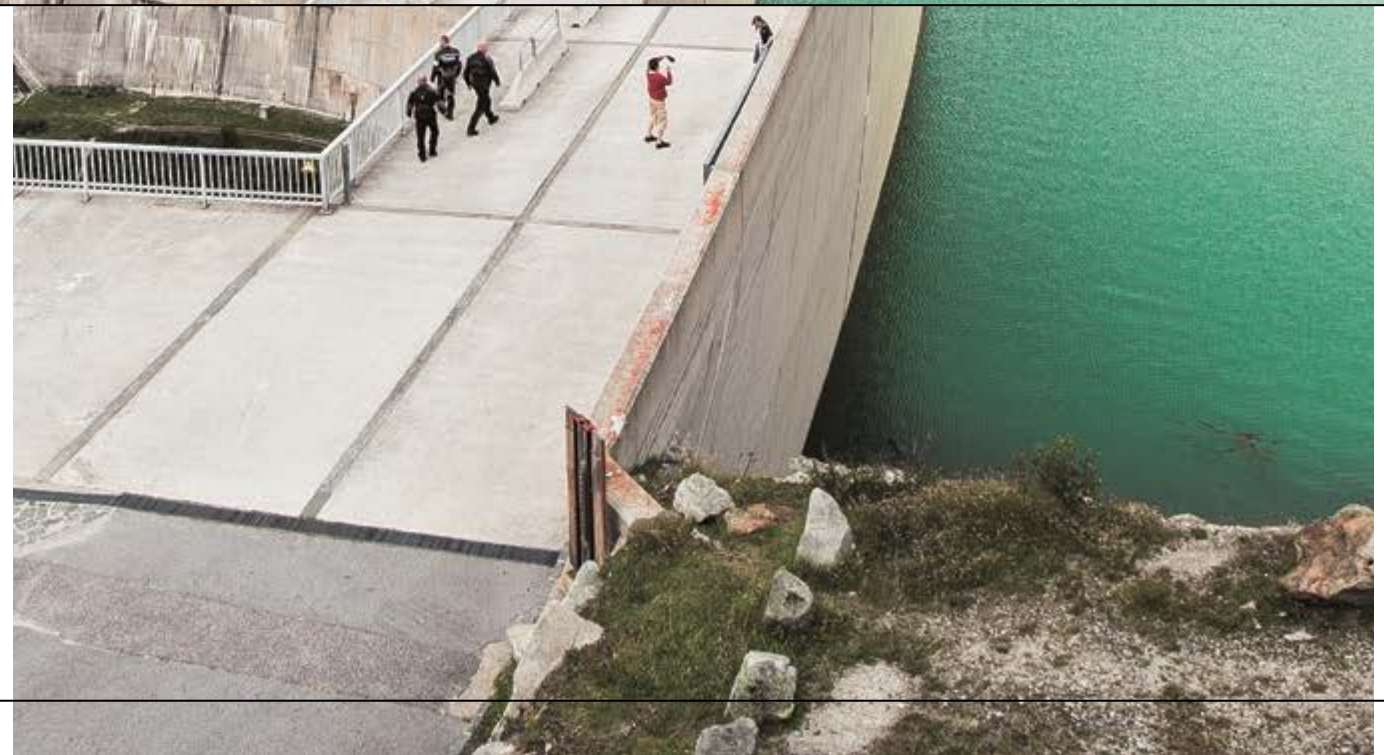
Wien, am 21. April 2021

Deloitte Audit Wirtschaftsprüfungs GmbH

Mag. Andreas Grave e.h.

Wirtschaftsprüfer

Weichen- stellung



- 62 Unsere Visionen
- 76 Unsere Produkte
- 128 Unsere Menschen
- 144 Unsere Partner
- 156 Unsere Umwelt

Von der Bereitschaft zum Wandel zur Realität der Wende

Zuerst ist da die Bereitschaft, etwas verändern zu wollen. Das braucht Vision, aber noch wenig Energie. Danach kommt die Veränderung. Dazu ist schon mehr nötig: Ehrgeiz zum Beispiel. Oder Mut. Darauf folgt der Wandel. Er ist die Summe vieler Veränderungen und bringt nun langsam Bewegung in die Sache. Managementqualitäten sind gefragt. Außerdem Leadership, um andere begeistern und überzeugen zu können. Und Ausdauer, denn der Wandel ist kulturell bedingt und legt nicht einfach von heute auf morgen den Schalter um. Aber plötzlich und abrupt ist es dann doch so weit: Es kommt zur Wende.

Sustainable Development Goals (SDGs)



2015 einigten sich die UN-Mitgliedsstaaten auf 17 globale Ziele – die Sustainable Development Goals, kurz SDGs. Mit ihnen wird ein breites Spektrum an Nachhaltigkeitsthemen wie die Bekämpfung der Armut, die Bereitstellung von Bildung

und Gesundheit, wirtschaftliche und gesellschaftliche Zukunftsfähigkeit sowie Klima- und Umweltschutz abgedeckt. Wir haben uns verpflichtet, die integrierte Geschäftsstrategie der Umdasch Group mit diesen Zielen aktiv zu verbinden.

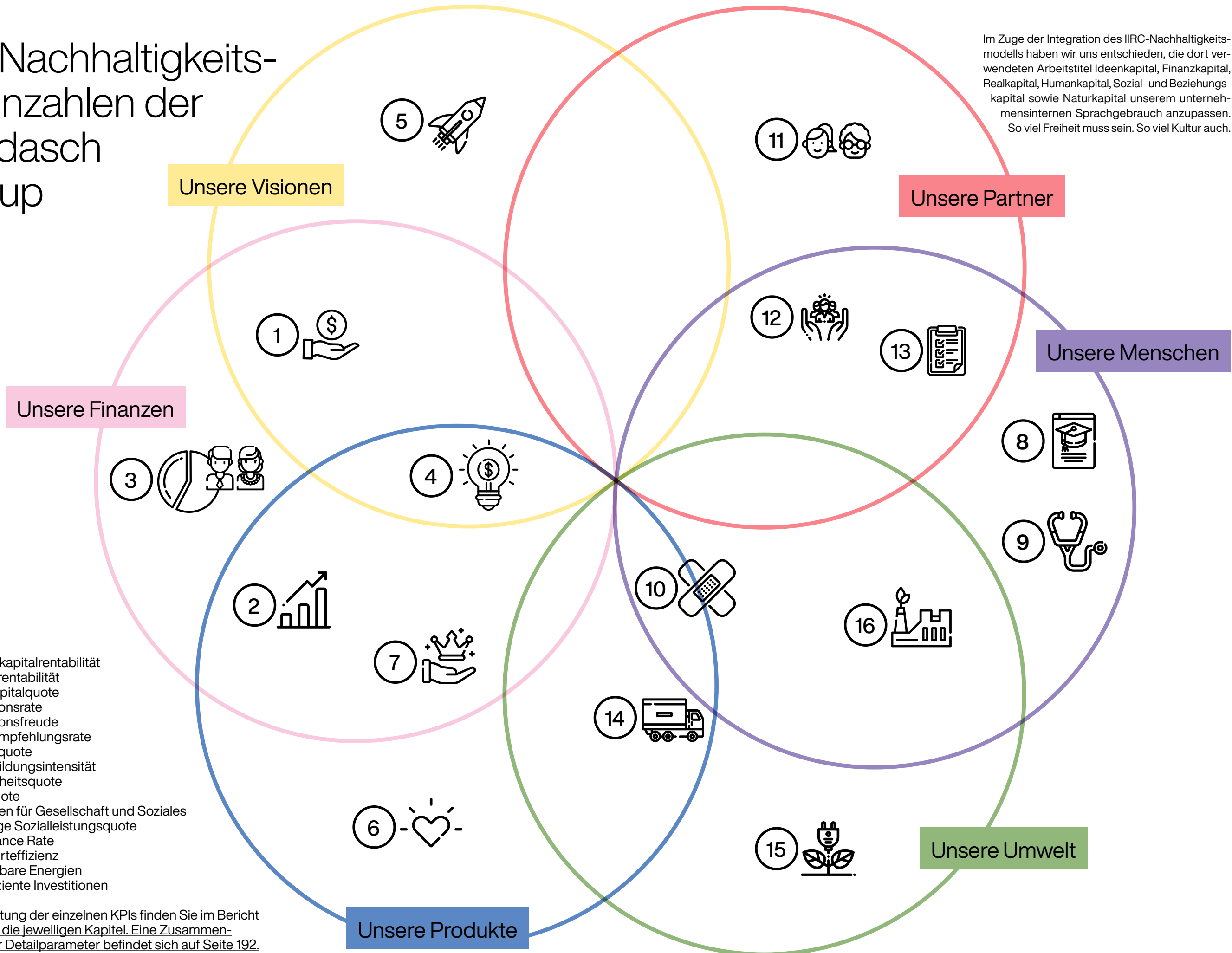
Neues Denken wird Realität

Ein Beispiel: die Nachhaltigkeit. Geleitet hat sie uns ja schon immer in 150 Jahren Firmengeschichte. Die Bereitschaft war also da. Der Wille, sich hinsichtlich Transparenz und Messbarkeit zum Besseren zu verändern, auch. Erklärt ist er in wenigen Zeilen – der Weg vom Bestreben zur Veränderung bis zur endgültigen Wende. In der Umsetzung ist das eine lange Reise, auf die sich die Umdasch Group vor einigen Jahren begeben hat.

Und nun sind sie da: 16 Kennzahlen, die eine Wende einläuten und die Nachhaltigkeit im Sinne der ökonomischen, ökologischen und sozialen Zukunftsfähigkeit der Umdasch Group in den Fokus des gesamten Wertschöpfungsprozesses rücken.

Die Nachhaltigkeits-Kennzahlen der Umdasch Group

Im Zuge der Integration des IIRC-Nachhaltigkeitsmodells haben wir uns entschieden, die dort verwendeten Arbeitstitel Ideenkapital, Finanzkapital, Realkapital, Humankapital, Sozial- und Beziehungskapital sowie Naturkapital unserem unternehmensinternen Sprachgebrauch anzupassen. So viel Freiheit muss sein. So viel Kultur auch.



KPIs

- 1. Gesamtkapitalrentabilität
- 2. Umsatzrentabilität
- 3. Eigenkapitalquote
- 4. Innovationsrate
- 5. Innovationsfreude
- 6. Weiterempfehlungsrate
- 7. Servicequote
- 8. Weiterbildungsintensität
- 9. Gesundheitsquote
- 10. Unfallquote
- 11. Ausgaben für Gesellschaft und Soziales
- 12. Freiwillige Sozialleistungsquote
- 13. Compliance Rate
- 14. Transporteffizienz
- 15. Erneuerbare Energien
- 16. Ökoeffiziente Investitionen

Die Auswertung der einzelnen KPIs finden Sie im Bericht integriert in die jeweiligen Kapitel. Eine Zusammenfassung der Detailparameter befindet sich auf Seite 192.

Unsere Visionen

Die Überschrift lautete an der Stelle im letzten Integrierten Geschäftsbericht „Ideenkapital“. Der Gedanke ist derselbe geblieben: den Wert, den Innovation für uns als Unternehmen schafft, darzustellen. Warum Visionen statt Ideen? Weil Visionen richtungsweisend lenken und den Zustand vorleben, den wir in der Zukunft erreichen wollen.



Im Doka-Onlineshop ist die Zukunft längst Wirklichkeit

Nicht erst seit Corona kann man im Doka-Onlineshop rund um die Uhr Doka-Produkte kaufen. Bereits 2016 wurde in Deutschland und Österreich der digitale Vertriebskanal geöffnet, um der Bauwirtschaft das Leben in vielen Punkten zu erleichtern. Mittlerweile können in 25 Ländern weltweit einfache Schalungselemente, alle dazugehörigen Komponenten und sogar Schalungssysteme jederzeit per Computer, Tablet oder Smartphone ausgewählt und bestellt werden.

SDGs



Rund 7.000 aktive User zählt der Doka-Onlineshop bereits und täglich werden es mehr. Die Gründe liegen auf der Hand: einfache Bedienung, länderspezifisches Angebot, großzügige Produktauswahl, sofortiger Überblick über die Verfügbarkeit der Ware, wettbewerbsfähiges Pricing und selbstverständlich logistische Unterstützung. Das digital bestellte Material wird nämlich, falls gewünscht, direkt an die Baustelle geliefert oder eben prompt in einer unserer Niederlassungen zur Abholung bereitgestellt.

Im Krisenjahr 2020 haben sich die Anzahl der Bestellungen und der Bestellwert im Doka-Onlineshop gegenüber 2019 verdoppelt. Natürlich haben Corona und der damit verbundene Digitalisierungsschub einiges zum rasanten Wachstum beigetragen. Aber längst davor hat das E-Commerce-Team rund um Gerald Haring, Head of Doka eCommerce, das Konzept für diesen zusätzlichen Vertriebskanal auf professionelle Beine gestellt und damit einen wichtigen Schritt Richtung Zukunft gesetzt. Laut der von der Unternehmensberatung Roland Berger herausgegebenen Studie „Veränderungen an der Struktur des B2C/B2B-Marktes durch E-Commerce“ werden bis 2030 25 % des Gesamtumsatzes in der Bauindustrie über das Internet realisiert. 2021 erwarten wir also gleich nochmals eine signifikante Steigerung.

Unbestritten jedenfalls ist die Effizienz, die sich aus dem Online-Geschäft für beide Seiten ergibt. So geben wir die Einsparungen, die durch die geringeren Online-Vertriebskosten entstehen, unseren Kunden direkt in Form günstiger Online-Preise weiter. Aber nicht dass der Eindruck entsteht, im Doka-Onlineshop muss auf Service verzichtet werden. Im Gegenteil: Direkt bei der Produktübersicht gibt es automatische Empfehlungen für das notwendige Zubehör und jeder unserer Online-Kunden hat Zugang zum Doka-Kundenservice, an den er sich mit allen Fragen wenden kann.

Trotz der überwältigenden Entwicklung des Online-Geschäfts sind wir weiterhin bestrebt, das E-Commerce-Angebot und die Customer Convenience laufend fortzuentwickeln und in immer mehr Ländern der Welt anzubieten. So ist in Europa der Doka-Onlineshop bereits beinahe flächendeckend im Einsatz, in Nordamerika ebenfalls und auch in einigen Ländern von Middle East. Die nächsten Schritte führen nach Südamerika und Fernost.

Design meets Digital – Neuer Innovation Hub der Store Makers Duisburg

Online, Offline, No-line: Im neuen umdasch Innovation Hub in Duisburg werden Store-Konzepte neu gedacht. Und zwar ganzheitlich. Mit dem Wechsel der Digital-Experten von umdasch aus Düsseldorf und des Shop Consult-Teams aus Oberhausen entstand am neuen Standort Duisburg ein kreativer Innovation Hub für holistische,

digitale und analoge Store-Konzepte aus einer Hand.

Die Vernetzung von Innenraumgestaltung mit digitalen Lösungen am Point-of-Sale eröffnet einzigartige Möglichkeiten für das Retail-Erlebnis der Zukunft. Deshalb arbeiten in Duisburg seit September 2020 interdisziplinäre Teams Seite an Seite und entwickeln Retail-Konzepte, die bauliche und digitale Aspekte gezielt aufeinander abstimmen. umdasch The Store Makers setzt dadurch einen noch stärkeren Fokus auf die Realisierung von Räumen zur Kommunikation des Markenerlebnisses: Mood- und Flächenkonzepte, analoge Möbel, digitale Services – alles stets ganzheitlich durchdacht für den Kunden und seine Brand Experience im stationären Einzelhandel. So profitieren Händler klar vom integrativen Bestandteil digitaler Möglichkeiten in der Entwicklungsphase des Store-Konzepts und dem Mehrwert für eine lückenlose Customer Journey.



Im Gespräch: Maik Drewitz, Shop Consult Director umdasch Lifestyle Retail Deutschland & Stefan Knoke, General Manager umdasch Digital Retail Deutschland

Herr Drewitz, seit rund neun Monaten arbeiten Sie im Duisburger Innovation Hub nun auch räumlich vereint mit den Kollegen von umdasch Digital Retail. Wie kann man sich das vorstellen?

MD: Unser neuer Standort in Duisburg steht für die Stärke von umdasch, sämtliche Gewerke als One-Stop-Shop zu konzipieren – vom ersten Scribble für ein neues Store-Konzept über die Integration smarter digitaler Tools bis zur Umsetzung auf der Fläche. Dafür arbeiten wir in praxisnahen Workshops gemeinsam mit unseren Kunden wie auch intern in Teams verschiedener Disziplinen zusammen. Wir analysieren den Ist-Zustand, definieren Ziele und denken Store-Auftritte. Erlebnisorientierte Konzepte kommen nicht von ungefähr, sondern durch die enge Abstimmung unserer Design- und Digital-Experten.

Also sind die Experten von umdasch Digital Retail ab der ersten Minute in den Prozess intensiv eingebunden.

SK: Genauso ist es. Unser Alltag im Innovation Hub gibt einen Vorgeschmack darauf, was Kunden vom erlebnisorientierten Einzelhandel erwarten dürfen. Ein Store ist heute weit mehr als eine Verkaufsstelle, sondern mindestens auch Showroom, Projektionsfläche für Gamification, Sehnsuchtsort inszenierter Momentaufnahmen der Generation Instagram. Unser Büro in Duisburg ist so gesehen auch ein Referenzprojekt in eigener Sache; weil mit Raum so umgegangen wurde, dass er den Fluss des Wissenstransfers und des sozialen Austauschs für die jeweiligen

Aufgaben bestmöglich unterstützt. Das trifft auch des Pudels Kern in Bezug auf die Hauptaufgabe von digitalen Lösungen im Retail – nämlich die Handelsfläche beim Verkauf zu unterstützen.

Herr Drewitz, mit welchen Trümpfen können die Store Makers von umdasch noch dabei helfen, dieses Ziel zu erreichen?

MD: Wir zeichnen uns durch die ganzheitliche Herangehensweise in Verbindung mit dem umfangreichen Leistungsangebot aus: So schätzen unsere Kunden, dass wir die gesamte Projektabwicklung vom Ladenbau über Digital Signage samt Content Creation bis zur elektronischen Preisauszeichnung übernehmen. Auf Wunsch verantworten wir als Generalunternehmer sogar den Innenausbau. Natürlich legen wir auch großen Wert auf Nachhaltigkeit: Unser umfassender Katalog für umweltfreundliche Materialien zeigt innovative Möglichkeiten. So entwickeln wir mit einzelnen Kunden Konzepte, die nach Nachhaltigkeitskriterien zertifiziert werden können. Viele Kunden möchten sich in so herausfordernden Zeiten wie jetzt auf einen Partner verlassen, der sie abseits ihres Kerngeschäfts maßgeblich unterstützt. Mit unserer Buffet-Mentalität haben die Retailer die Wahl, ob sie nur ein paar Häppchen wollen, sprich nur die Einrichtung, ausgewählte digitale Ergänzungen – oder das volle Menü. Und in unserem Innovation Hub in Duisburg können wir das Rezept für das stationäre Shopperlebnis Seite an Seite mit unseren unterschiedlichen Fachexperten optimal erarbeiten.



Herr Knoke, können Sie beispielhaft erklären, wie eine ganzheitliche Customer Experience aussehen kann?

SK: Keine Customer Experience gleicht der anderen – denn nur so wird sie eben zum einmaligen Erlebnis. Aber es gibt unzählige Möglichkeiten, wie man den Konsumenten komfortable oder einprägsame Einkaufsmomente ermöglichen kann – beides zahlt in den Erlebnisfaktor ein. So entsteht eine stimmige Atmosphäre passend zur jeweiligen DNA der Marke. Das Digital Retail-Team unterstützt hierbei die Design-Kollegen mit selbst kreiertem Content für digitale Flächen – passend zur Umgebung, dem Gesamtkonzept und natürlich der jeweiligen Zielgruppe. Das geht weit über den „Screen an der Wand“ hinaus. Es geht darum, gemeinsam mit dem Kunden spannende Ideen zu entwickeln und strategisch einzusetzen. Darum sind wir bei jedem Schritt des Consulting-Prozesses dabei und schaffen gewinnbringende Verknüpfungen mit digitalen Elementen.

Seit Kurzem bieten wir zusätzlich mit der Umdasch Group Ventures-Beteiligung shopreme Lösungen an, die vom digitalen Einkaufszettel über die Instore-Navigation und den Self-Checkout direkt am Regal alles in einem beinhalten. Das ist für die Verbraucher eine zukunftsweisende und bequeme Möglichkeit für das Shoppingvergnügen.

Können Sie bereits auf erste Projekte der interdisziplinären Teams in Duisburg zurückblicken, Herr Drewitz?

MD: Eines der jüngeren Projekte, auf das ich persönlich sehr stolz bin, ist Berlins größtes Outdoor-Haus: der neue Globetrotter Store in der Schloßstraße in Berlin-Steglitz. Auf vier Etagen mit rund 4.000 Quadratmetern durften wir hier für den Besucher ein Erlebniscenter der besonderen Art gestalten. Und zwar in allen Disziplinen, als Designer, Einrichter, Digital Retail-Experte und General Contractor (mehr dazu auf Seite 116). Dank des großen Erfolges haben wir das Konzept bereits in einer weiteren Globetrotter-Filiale in Dortmund umgesetzt.

Herr Knoke, was ist Ihr gemeinsames Lieblingsprojekt?

SK: Nur fünf Minuten zu Fuß von Globetrotter Berlin entfernt befindet sich der Flagship-Store von 11teamsports, ebenfalls in der Schloßstraße. Wir hatten den Auftrag, den „besten Fußball-Store der Welt“ zu realisieren. Schon beim Eintritt in den Laden taucht man in ein digitales Erlebnis ein: Über riesige LED-Walls werden Spielertunnel verschiedener Stadien angedeutet. Betritt der Besucher das Geschäft, ertönen Fan-Gesänge der jeweiligen Mannschaft aus den Soundduschen. Das ist eine einzigartige Customer Experience – für alle Sinne. Und zeugt von dem perfekten Zusammenspiel von Store Design und Digital Design von Anbeginn eines Projekts.

SDGs



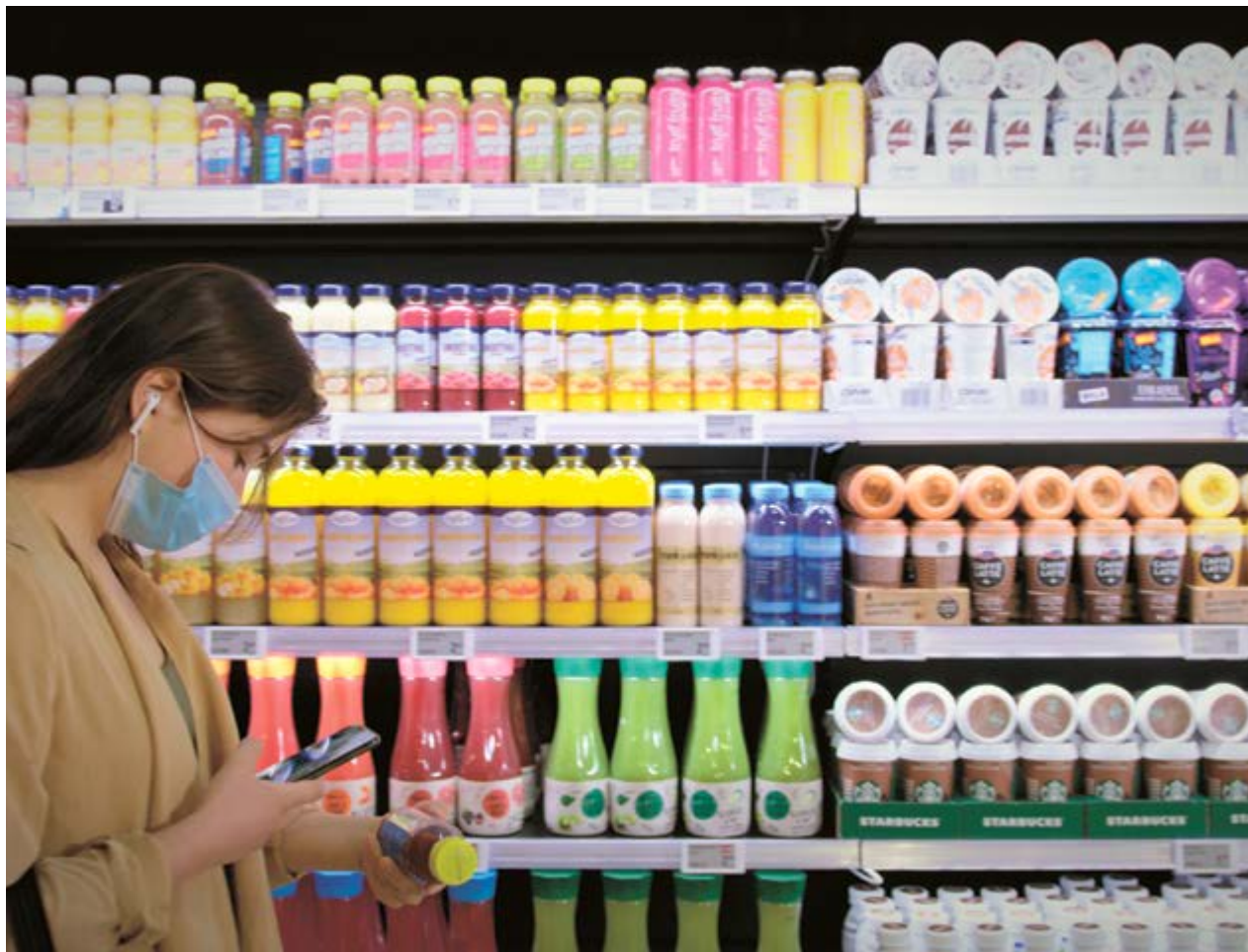
KPI 4

Innovationsrate 14,7 %

Umsatz aller Innovationen (letzte 5 Jahre)
Umsatzerlöse



Umdasch Group Ventures und shopreme gestalten die Zukunft des Einkaufens



Gemeinsam Synergieeffekte optimal nutzen

Im Juli 2020 gründeten die Umdasch Group Ventures GmbH und die wirecube GmbH das Joint Venture shopreme GmbH, um gemeinsam das Einkaufserlebnis der Zukunft zu gestalten. Die Umdasch Group Ventures, der Innovation Hub der Umdasch Group AG, hält 26 % an shopreme. Im Vordergrund stand vor allem die optimale Nutzung der Synergieeffekte: shopreme – eine Lösung am Puls der Zeit – und auf der anderen Seite ein Konzern, der seit über 150 Jahren im Ladenbau erfolgreich tätig ist, mit weltweitem Vertriebsnetz und Branchenkontakten.

„Nachdem wir Gespräche mit einigen potenziellen Investoren geführt hatten, fiel für uns die Wahl sehr rasch auf die Umdasch Group Ventures. Einerseits weil wir sehr starke Synergien zwischen unserem Produkt und dem weitreichenden Know-how der Umdasch Group im Bereich Retail sehen, aber auch weil von Anfang an ein sehr vertrauensvolles und persönliches Verhältnis zu den Personen vorhanden war. Wir sind sehr glücklich mit unserer Entscheidung und können seit dem Start der gemeinsamen Arbeit bereits einige beachtliche Erfolge vorweisen.“

Florian Burgstaller
CEO shopreme

SDGs



Das Beste aus beiden Welten

Lange Einkaufsschlangen, genervte Kunden und gestresste Mitarbeiter – Erlebnisse, die jeder aus seinem Alltag kennt. shopreme, die Softwarelösung für den stationären Handel, hat sich zum Ziel gesetzt, das Beste aus der Online-Welt mit der Offline-Welt, also dem stationären Handel, zu verbinden. Die Kunden sollen die gleichen Vorteile, die sie beim Online-Kauf haben, auch im Geschäft erhalten und erleben. Dies schafft für den Kunden ein einzigartiges Einkaufserlebnis.

Wie funktioniert dies genau?

Die Scan & Go Lösung shopreme digitalisiert den Einkaufsprozess. Der Kunde lädt die App herunter, scannt im Geschäft die Produkte mit dem Smartphone, bezahlt in der App, erhält eine digitale Rechnung und verlässt das Geschäft.

„shopreme zählt technologisch zu den stärksten Scan & Go Lösungen. Wir bieten für Händler und Kunden viele zusätzliche innovative Funktionen entlang der gesamten Einkaufsreise.“

Maria Tagwerker-Sturm
Managing Director shopreme

Neben Scan & Go, dem Herzstück von shopreme, werden noch zahlreiche Zusatzlösungen, wie zum Beispiel eine Indoor Navigation, Produktempfehlungen, Einkaufslisten und noch vieles mehr, angeboten.

Kundenstimmen

Das junge Joint Venture weist bereits jetzt zahlreiche namhafte Kunden auf, die die Lösung im Einsatz haben. Dazu zählen beispielsweise: Billa Österreich, der Flughafen München, go2market, Douglas und Möbelix.

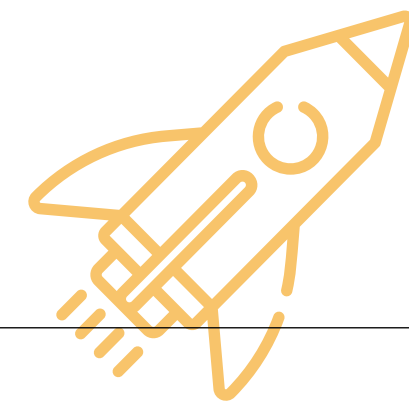
„Wir haben nach einer innovativen Lösung gesucht, um unseren Kundinnen und Kunden das Einkaufen noch angenehmer zu gestalten. Das Warten an der Kassa zu reduzieren sowie das Ein-, Aus- und Wieder-Einräumen des Einkaufs zu vermeiden, ist gerade jetzt angesichts der Corona-Situation ein wichtiges Asset.“

Julia Stone, Director Digital and Innovations
bei REWE International AG / Billa AG

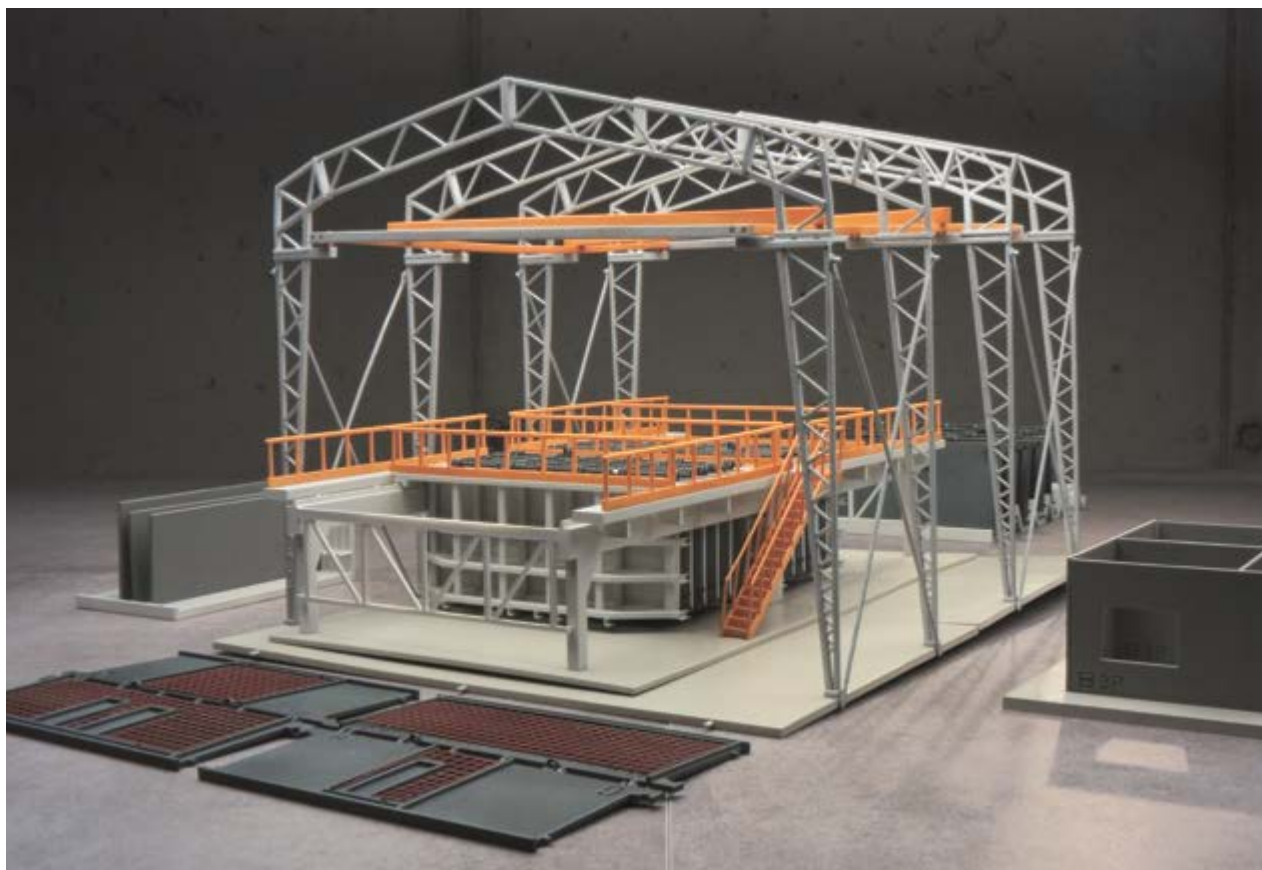
KPI 5

Innovationsfreude 3,1%

Gesamtausgaben für Innovation
Umsatzerlöse



Volle Fahrt voraus! Neues Marktsegment durch additive Fertigung



Additive Fertigung für Kunststoff und Metall

Die additive Fertigung (3D-Druck) findet verstärkt Einzug in der Industrie. Innerhalb der Umdasch Group erkannte man die Potenziale und setzte sich sehr intensiv mit der Technologie Selektives Laser Sintering (SLS) im Kunststoffbereich und Selektives Laser Melting (SLM) im Metallbereich auseinander. Die Grenzen und Möglichkeiten sind gut einschätzbar und die Prozesse beherrschbar.

SDG



Aufbau eines vielver- sprechenden Marktseg- ments in der Umdasch Group Ventures

Um auch externen Unternehmen die Nutzung dieser Technologie zu ermöglichen, wurde der Bereich der Additiven Fertigung in der Umdasch Group NewCon, der operativen Holding der Umdasch Group Ventures, angesiedelt. Ziel dieser Ausrichtung ist es, das Know-how für die gesamte Umdasch Group zu sichern und konsequent auszubauen. Die Umdasch Group NewCon ist darauf ausgerichtet, neue vielversprechende Geschäftsfelder aufzubauen. Neben der konzernweiten Nutzung können künftig externe Kunden auf folgende Dienstleistungen zurückgreifen: Rapid Prototyping, Serienfertigungen und Beratung & Training.



Erste Erfolge bestätigten die eingeschlagene Richtung

In Zusammenarbeit mit der Firma Knorr-Bremse gelang es, eine passende Zusatzkomponente für Wagons aus Kunststoff zu drucken. Verschiedenste Kunststoffarten wurden gemeinsam evaluiert und beim Kunden im Validierungszentrum in Kempten umfangreich getestet und geprüft. Nach dieser raschen Optimierung konnte die Kleinserie produziert werden.

„Genau bei diesem Produkt zeigt sich der Vorteil vom 3D-Druck gegenüber konventionellen Fertigungsmethoden, da wir im Moment auch die Geometrie stetig verbessern. Werkzeugkosten entfallen, lediglich das CAD-Modell muss angepasst werden.“

Kurt Freunthaler, Strategischer
Einkauf Knorr-Bremse

In nahezu jeder Phase der Produktentwicklung sind Prototypen unabkömmlich. Rapid Prototyping ermöglicht rasche Iterationsschleifen. Mit Hilfe der physischen Bauteile können erste Tests und Funktionsprüfungen durchgeführt werden. Fehlerquellen werden somit frühzeitig erkannt und behoben. Damit werden Produktentwicklungszeiten reduziert und die Markteinführung wesentlich beschleunigt. Dies schafft einen starken Wettbewerbsvorteil.

Die additive Fertigung ermöglicht es, dass auch komplexe Geometrien wirtschaftlich und effizient hergestellt werden können, welche mit keiner anderen Technologie gefertigt werden können. Die Herstellung erfolgt softwaregestützt direkt vom 3D-Modell des Entwicklers ohne Sonder- und Zusatzwerkzeuge. Dadurch sind auch Ausführungsvarianten von Produktlösungen und Kleinserien ohne zusätzliche Einmalkosten für Werkzeuge kostengünstig realisierbar. Dies resultiert in Zeit- und Kosteneinsparungen.



Die Firma RENA beschäftigt sich mit der elektrochemischen Nachbereitung von 3D-gedruckten Metallteilen. Dies umfasst die zugrundeliegenden Prozesse, den Bau und Verkauf autonomer Finishingmodule sowie Nachbearbeitung als Serviceleistung. Es wurden Testteile in den verschiedensten Varianten zur Verfügung gestellt, die für die Optimierung des Nachbearbeitungsverfahrens herangezogen wurden.

„Die rasche Umsetzung unserer Anforderungen sowie die hohe Flexibilität bei den verschiedensten Materialanforderungen schätzen wir sehr in der partnerschaftlichen Zusammenarbeit.“

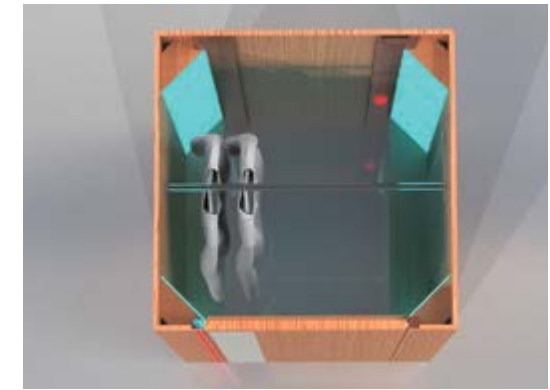
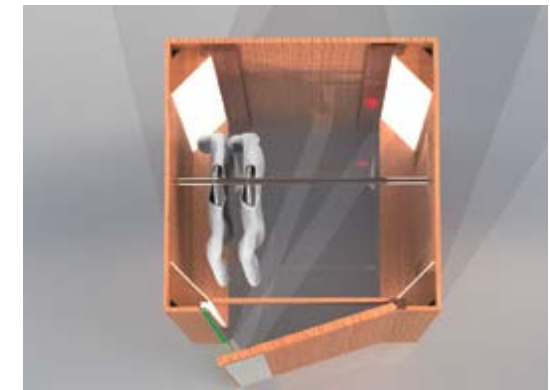
Dr. Selma Hansal, Head of Research
bei RENA Technologies Austria

umdasch The Store Makers for Retail – herausragende Produkte für herausfordernde Zeiten

Zwei Meter Abstand zu den Mitmenschen, Maske tragen, bestmögliche Hygiene: Diese Anstandsregeln sind mittlerweile weltweit eine Selbstverständlichkeit unseres Alltags geworden. Verantwortungsvollen Geschäftstreibenden ist das aber nicht genug. Sie wollen noch mehr Sicherheit am Point-of-Sale – für eine möglichst unbeschwerte Customer Experience. Ob gesetzliche Auflage oder freiwillige Draufgabe: umdasch The Store Makers hat bereits während der ersten Lockdown-Phase im Frühjahr 2020 an praktikablen Innovationen für diese besonderen Zeiten gearbeitet.



SDGs



Smart Gate

Die Store Makers von umdasch denken auch über die Verkaufsfläche hinaus: Das umdasch Smart Gate misst schnell, kontaktlos, anonym und mit höchster Präzision die Körpertemperatur von Personen über Infrarotstrahlung – optimal für den Einsatz im industriellen Umfeld, in Lagerbereichen und Bürogebäuden. Ein komplexer Algorithmus errechnet ohne Umgebungseinflüsse die exakte Körpertemperatur in Echtzeit – das perfekte Tool für die Sicherheit von Mitarbeiter*innen in verschiedensten Branchen, auch abseits des Retail.

Hygiene Station

Alle erforderlichen Maßnahmen für Geschäfte, vereint in einem Gerät: Die Hygiene Station gibt kontaktlos Desinfektionsmittel aus, dient als Tuch- und Maskenspender und regelt in der Pro-Version sogar die Zugangskontrolle. Hygiene-Management in jeder Größe und für jedes Budget – rund 10.000 verkaufte Systeme im Jahr 2020 sprechen für sich.

UV-C Fitting Room

Der umdasch UV-C Fitting Room ermöglicht Kunden eine bedenkenlose Anprobe in der Umkleidekabine. Die eingesetzte UV-C-Strahlung sorgt für eine schnelle und sichere Desinfektion sämtlicher Kleidungsstücke, Accessoires und Oberflächen. 99,9 % der Bakterien und Viren wird so der Garas gemacht. Die Kabine kommt maßgeschneidert für jeden Store und lässt sich auch problemlos nachrüsten.

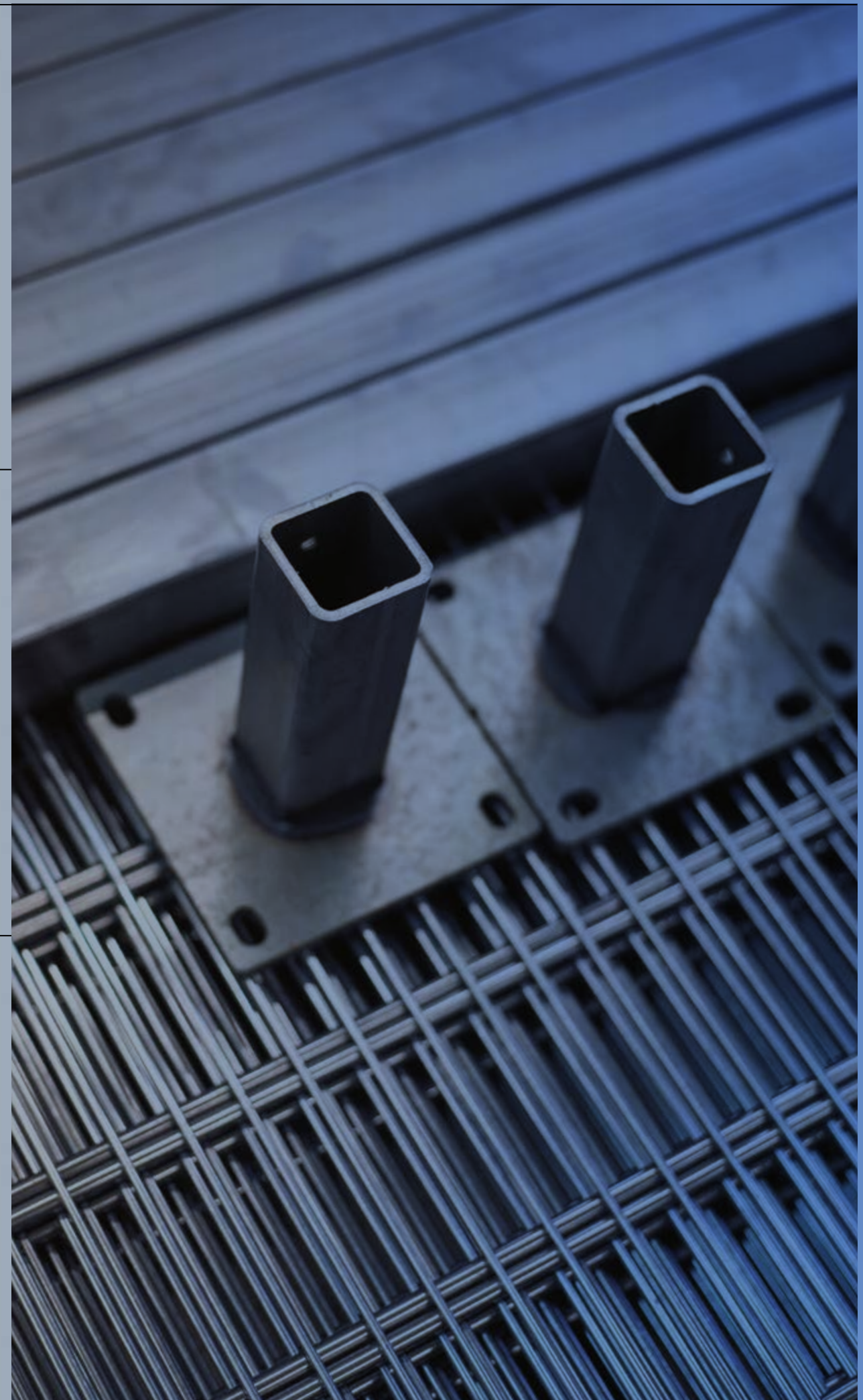
Kundenstrom-Management

Displays mit eingebauter Kamera und einer Zählfunktion, entweder als Stand-alone-Lösung oder integriert in der Hygiene Station. Über eine Benutzeroberfläche lässt sich die maximale Personenzahl im Store festlegen, ein Ampelsystem reguliert den Kundenstrom. So sind die Händler stets auf der sicheren Seite – genau wie ihre Kunden.



Unsere Produkte

Die Nachhaltigkeit eines Produkts stellt sich über seinen Lebenszyklus dar: Wie werden Rohstoffe gewonnen? Wie verarbeitet? Wie effizient und ökologisch ist der Herstellungsprozess? In unseren Branchen Schalung und Ladenbau gilt dem Einsatz unserer Produkte besonderes Augenmerk. Qualität und Verarbeitung sind entscheidend für deren Langlebigkeit. Darauf setzen wir unseren Fokus.



Pulverbeschichten 4.0 Innovativ. Nachhaltig. Ökologisch.

Es ist eine Anlage, wie Europa sie selten gesehen hat und der nächste Schritt in Richtung Fabrik der Zukunft: die neue Pulverbeschichtungsanlage der Doka. Das Unternehmen setzt damit eine der größten Investitionen seit Jahrzehnten und ein signifikantes Bekenntnis zum Standort Amstetten.



SDGs



Pulverbeschichten – was ist das überhaupt?

Das ist eine Bearbeitungsmethode, durch die Metall widerstandsfähiger gegen Korrosion wird. Doka beschichtet damit die Metallrahmen seiner Schalungssysteme. Warum? Die Schalung ist auf der Baustelle Regen, Schnee, praller Sonneneinstrahlung, stark schwankenden Außentemperaturen und selbstverständlich Beton ausgesetzt. Der Metallrahmen steht also unter Druck. Aber nicht, wenn er feuerverzinkt und pulverbeschichtet ist. So hält die Schalung den Zuständen auf der Baustelle länger stand und lässt sich – nützlicher Nebeneffekt – einfacher und schneller reinigen. Und das ist gut. Denn das verlängert die Lebenszeit einer Rahmenschalung signifikant. Pulverbeschichten erhöht also die Lebensdauer und ist daher eine Investition in die Nachhaltigkeit. Ein wesentlicher Grund, warum die Doka-Mietqualitätsstandards und die Gebrauchschalungen von den Kunden sehr geschätzt werden.

Nachhaltigkeit war für die Doka immer schon ein gelebtes Thema, Rahmen für Betonschalung wurden auch bisher bereits „gepulvert“, wie es in der Fachsprache heißt. Bis dato war es bei großformatigen Rahmen nicht wirtschaftlich, zu umständlich und logistisch zu aufwendig. Seit 2021 ist eine hochmoderne Anlage nahe dem Headquarter-Standort Amstetten in Betrieb. Rahmen ab drei Metern und breiter bezeichnet man als groß. Kunden verlangen immer stärker nach solchen Rahmenschalungen – ein Trend, der sich in Zukunft fortsetzen wird.

Nachhaltigkeit spielt auch eine wesentliche Rolle im Produktionsprozess selbst. Denn die Produktion der Zukunft ist grün und geht sparsam mit Ressourcen um: 80 % weniger Wasser verbraucht die neue Anlage, und zwar einfach dadurch, dass mehrere Spülschritte mit dem jeweils recycelten Wasser durchgeführt werden statt nur ein einziger. Die verwendete Chemie ist deutlich umweltschonender, punktgenauer eingesetzt und kann daher effizienter wirken. In den Pulverkabinen wird das Beschichtungspulver wohl-

siert und sparsam aufgebracht, überschüssiges Pulver aufgesaugt und wiedereingesetzt. Schlauer Umgang mit Wärme ermöglicht es, dass der Einbrennofen den Haftungstrockner mitbeheizt und so das Trocknen fast ohne Energieaufwand geschieht.

Die neue Anlage kann das alles. Und ist dabei natürlich wirtschaftlich. Außerdem erfüllt sie die Wünsche der Kunden, bei Systemkäufen ihre eigene Schalung deutlich flexibler, schneller und kostengünstiger in ihren Wunsch- bzw. Corporate-Farben zu erhalten. Ob großer Rahmen oder kleiner, ob hohe Stückzahl in Serienproduktion oder geringe von Hand pulverbeschichtet, ob ein Rahmen in der Wunschfarbe des Kunden oder farblos: Die einzelnen Abschnitte der neuen Anlage sind entkoppelt und extra steuerbar. Sie ist schnell umrüstbar, bequem zu reinigen, einfach zu bedienen. Zum Beispiel wird nun das Pulver per Roboter aufgetragen. Was die Automotivindustrie seit Jahren nutzt, wendet Doka jetzt in der Schalungsproduktion an. Das bringt gleichbleibend hohe Qualität auf großen Flächen in großer Stückzahl.

Auf den Punkt gebracht – was kann die neue Dimension des Pulverbeschichtens?

Jeden einzelnen Produktionsschritt hinsichtlich Nachhaltigkeit optimieren und das mithilfe modernster Robotertechnologie, Digitalisierung, Automatisierung. Technologie am neuesten Stand. Zum Schutz der Umwelt und des Menschen.

Fabrik der Zukunft heißt, Bestehendes neu denken und so anwenden, dass alles unter einen Hut gebracht wird: Kundenbedarf, Umwelt, ergonomische Arbeitsplätze, nachhaltige Jobs. Und das wirtschaftlich und preislich im Sinne des Kunden abbildbar. Ein Meilenstein in der Doka-Produktion. Ein großes Bekenntnis zum Doka-Headquarter Amstetten und der Region. Ein Riesenschritt Richtung Zukunft.

KPI 6

Weiter-
empfehlungsraterate **73,5 %**

Der Net Promoter Score (NPS) gibt Aufschluss über die Wahrscheinlichkeit, mit der uns unsere Kunden weiterempfehlen.

Welcome AT-PAC!

Doka erweitert das Geschäftsmodell Schalung um industrielle Gerüst-Produkte und Dienstleistungen

Schalungssysteme für Baufirmen – das ist das bewährte und erfolgreiche Geschäftsmodell der Doka. Mit der Beteiligung an einem der Marktführer im Bereich industrieller Gerüste, dem US-Unternehmen AT-PAC, steigt Doka 2020 neben dem Erfolgsmodell Schalung in ein weiteres Geschäftsfeld ein. Zusätzlich bedeutet das ein völlig neues Kundensegment: die Industrie.



SDGs





2.500 Tonnen Gerüst für die Region Middle East & Asia – hier die Ankunft in Singapur

Mit AT-PAC neue Industrien erobern



Damit schlägt die Doka ein neues Kapitel ihrer Firmengeschichte auf, denn „Gerüste“ ist nicht länger nur eine Produktkategorie, sondern wird dadurch zum eigenen Geschäftsfeld.

Von „Doka – Die Schalungstechniker“ also zu „Doka – Die Gerüstexperten“? Ein eindeutiges Ja, wenn es um Anwendung und Vertrieb geht. Doka wird in erster Linie ihr weltweites Vertriebsnetz in die Kooperation einbringen. Entwicklung und Produktion bleiben hingegen in der Hand von AT-PAC, das Unternehmen verfügt darin bereits über jahrzehntelange Erfahrung. Das Verknüpfen der globalen Vertriebs- und Logistikstärke der Doka mit der Gerüste-Expertise von AT-PAC ist einer der großen Vorteile, von denen Kunden zukünftig global profitieren werden.

AT-PAC ist ein führendes Unternehmen im Bereich hochqualitativer Gerüste im Kauf- und Mietsegment. Mit weltweit über 250 Mitarbeiter*innen, 17 Niederlassungen und einer über 20-jährigen Erfahrung bietet AT-PAC durchdachte Gerüstlösungen von der Planung über die kundenspezifische Anpassung bis zur Produktion und Schulung.

Wesentlicher Schritt der Doka-Wachstumsstrategie

Welch wichtigen Meilenstein der Einstieg in die Gerüsteindustrie darstellt, beweist, dass die Beteiligung trotz der schwierigen weltweiten Corona-Situation einhergehend mit einem vorübergehenden Investitionsstopp in 2020 trotzdem vollzogen wurde. Mit der Akquisition erhält Doka auch Zugang zu neuen Kundengruppen und macht sich somit unabhängiger von der Bauindustrie und ihren saisonal und konjunkturell bedingten Volatilitäten. Das Geschäftsfeld Gerüste bedient die Großindustrie, ist daher konstanter und bietet kontinuierliche Wachstumschancen.

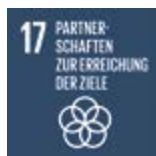
Überzeugende Transformationsarbeit

Die Beteiligung an AT-PAC stellt nicht nur ein gelungenes Beispiel für die Umsetzung neuer Marktchancen dar. Das Projektteam rund um Paolo Zumaglini hat die Post-Merger-Integration beispielhaft bewerkstelligt. Weltweit wurden und werden Schritt für Schritt die bisher vertriebenen Gerüste durch AT-PAC-Produkte ersetzt. Dazu braucht es sowohl Struktur als auch Kultur. Operations, Engineering, Product Management, Sales, Marketing – in diese Veränderung ist die gesamte Organisation mehr oder weniger involviert.

Mittels eines professionell aufgesetzten Prozesses, begleitet durch ein transparentes Kommunikationskonzept, konnte die gesamte Mannschaft gut auf den Weg mitgenommen werden. Und das auf beiden Seiten. Denn der Prozess berücksichtigt auch die Bedürfnisse der AT-PAC-Teams – auch für sie bedeutet der neue Miteigentümer eine große Veränderung, der es mit Offenheit, Fingerspitzengefühl und vor allem auf Augenhöhe zu begegnen gilt. Gratulation dem Team dazu!



SDGs



Hoşgeldiniz, herzlich willkommen, umdasch Madosan!

Ein ungewöhnlicher Schritt im außergewöhnlichen Jahr 2020? Nein! Ein starkes Fundament mit gleichen Werten und Zielen als Basis für gemeinsame Wege. Seit Oktober 2020 ist umdasch The Store Makers mit 55 % an dem türkischen Unternehmen umdasch Madosan beteiligt.

Der Spezialist für Blechladenbau und Schwerlastregale zählt zu den erfolgreichsten Vertretern seiner Branche – weit über die türkischen Grenzen hinaus. Seit der Gründung im Jahr 1993 erarbeitete sich Madosan ein Netzwerk in 75 Ländern. Mehr als zwei Drittel der Produkte gehen an internationale Kunden, darunter die Supermarktkette Auchan, den Drogeriemarkt-Spezialisten Rossmann, die Baumarktkette Leroy Merlin, Bosch und Saint-Gobain. Gefertigt wird mit rund 125 Mitarbeiter*innen am Hauptstandort in Bursa, einer Millionenmetropole etwa zwei Autostunden südlich von Istanbul. In der 16.000 Quadratmeter großen Produktion erstellen die Profis von umdasch Madosan eine breite Palette an Metalllösungen für Branchen wie Food, Drogerie und Systemgastronomie sowie Nonfood, Do-it-yourself und Elektromärkte, ergänzt um Lagerlösungen.

„Mit umdasch Madosan gewinnen wir eine Unternehmenstochter, die uns gerade in diesen wirtschaftlich herausfordernden Zeiten hilft, unseren Wachstumskurs fortzusetzen. Mit der Beteiligung erhalten wir Zugang zu international bedeutenden Handelskunden und gewinnen eine außerordentlich wettbewerbsfähige Produktionsbasis“, wie Silvio Kirchmair, CEO von umdasch The Store Makers, die erfolgreichen Verhandlungen mit Madosan kommentiert. „Die Gespräche begannen im Jahr 2018. Schon bei den ersten gegenseitigen Besuchen hat sich gezeigt, dass unsere Unternehmensgrundsätze auf denselben Werten fußen“, setzt Silvio Kirchmair fort.

Beide Unternehmen fühlen sich ihren familiären Werten verpflichtet und wollen international expandieren – das führte umdasch und Madosan, das bisher im Besitz des Ehepaars Vedat und Sevgi Saygin stand, schließlich zusammen. „Wir sind im gleichen Business, aber auf unterschiedlichen Märkten tätig. Ab sofort können wir voneinander lernen und von der internationalen Ausrichtung des jeweils anderen profitieren“, zeigt sich Vedat Saygin, bisheriger Alleineigentümer, erfreut. Gemeinsam mit seiner Gattin Sevgi, die in der türkischen Wirtschaft durch ihre Funktion als Präsidentin des Women Entrepreneur Boards bestens vernetzt ist, bleibt er Gesellschafter und Mitglied im Aufsichtsrat. „In unzähligen Videokonferenzen und Telefonaten haben wir bereits in der Akquisitionsphase neue Brücken entlang der Seidenstraße gebaut – und damit bewiesen, dass auch unter erschwerten Bedingungen eine Partnerschaft möglich ist. Umso mehr freuen wir uns, dass die Zusammenarbeit seither von Erfolg gekrönt ist“, ergänzt Sevgi Saygin.

Innerhalb der Store Makers ist umdasch Madosan Teil der Division Food Retail und ergänzt den größten Produktionsstandort im österreichischen Leibnitz.

Being customers' first choice – von der Umsetzung zur Realität



Unterschiedliche Kunden haben unterschiedliche Bedürfnisse. Etwa Kunden mit großvolumigen Projekten, die sich über Jahre, manchmal auch Jahrzehnte erstrecken. Ihr Fokus liegt auf Beratung und Betreuung. Grund genug für die Doka, KAPS – Key Accounts & Project Solutions – ins Leben zu rufen. Der noch junge Bereich sieht „ganz schön alt aus“, wenn es um seine Erfahrung geht: KAPS bündelt das geballte Know-how der Doka Expertise Center mit den entsprechenden Baumethodenkompetenzen und den Kontakten und Beziehungen zu den internationalen Großkunden.

Der Bedarf ist hoch. Etwa im Bereich Infrastruktur. Viele Regionen der Welt – auch in Industrieländern – hinken in der Bereitstellung angepasster Infrastruktur hinten nach. In den nächsten Jahrzehnten gibt es also viel Aufholbedarf. Es sollen Straßen, Brücken, Tunnel, Bahnhöfe, U-Bahnen entstehen oder Versorgungseinrichtungen wie Wasserkraftwerke und vieles mehr. Ähnlich steht es mit dem Bedarf an Wohnraum in Ballungszentren. Da dieser nur begrenzt zur Verfügung steht und die Quadratmeterpreise in den Metropolen teilweise explodieren, gehen Investoren und Bauherren zunehmend „in die Luft“. Das heißt, es wird in die Höhe gebaut – wobei das Know-how der Doka zum Einsatz kommt: Highrise.

SDGs



Global Expertise Center Highrise and Infrastructure

KAPS bündelt also die Erfahrung vieler Jahrzehnte in der Planung und Ausführung internationaler Großprojekte im Bereich Highrise und Infrastruktur. Der Auftrag: Entwicklung optimierter Schalungslösungen entsprechend der Kundenanforderung und den Baumethoden, wobei der Fokus auf Sicherheit, Effizienz und der Einhaltung lokaler Standards liegt. Die Lösungen sind trotz der langen Erfahrung alles andere als „von der Stange“. Jedes Projekt ist anders und verlangt nach individuellen Ideen – aus denen nicht selten Innovationen entstehen, die ins Portfolio der Schalungsbranche Einzug halten.

Global Key Account Management

Kundenbeziehungen im Bereich von Großprojekten zeichnen sich durch langfristige Partnerschaften aus. Man arbeitet oft schon Jahre intensiv zusammen, bevor noch der erste Bagger auf der Baustelle zum Aushub ansetzt. Der „Single-Point-of-Contact“ ist in jeder Bauphase besonders wichtig. Egal, ob es um Added-Value-Lösungen in der Planungs- und Angebotsphase geht oder später als Teil des ausführenden Projektteams: Der Global Key Account Manager ist die eine Schnittstelle für den Kunden hin zu allen relevanten Playern innerhalb der Doka-Organisation und garantiert den priorisierten Zugang zu den Innovationen bei Produkten, Dienstleistungen, Prozessen und der Digitalisierung.

Large Scale Project Management

Nach innen ist KAPS die Drehscheibe für die Doka-Landesgesellschaften, um von der gebündelten, globalen Doka-Erfahrung zu profitieren und den Kunden vor Ort den bestmöglichen Projektsupport zu bieten.

Beispiel HS2

Ein schönes Beispiel ist die Hochgeschwindigkeitsstrecke HS2 – High Speed 2 – von London nach Birmingham, in einer zweiten Phase von dort nach Manchester und Leeds. Die Errichtung eines Schnellstrecken-Schienennetzes rückt in vielen Regionen und Ländern in den Fokus des Infrastrukturausbaus, der eine Trendwende weg von Kurzstreckenflügen hin zur Bahn einläuten soll.

Mit einer Maximalgeschwindigkeit von 400 km/h wird Birmingham dann von London aus in weniger als 50 Minuten erreichbar sein. HS2 ist ein besonders nachhaltiges Beispiel für die Zusammenarbeit zwischen den Doka-Niederlassungen in der Region und den KAPS-Spezialisten in der Zentrale. Wir halten die Daumen für dieses Mega-projekt, das einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der globalen Nachhaltigkeitsziele leisten wird.

KPI 7

Service-
quote 50,7 %

Umsatz aus Services und Dienstleistungen
Umsatzerlöse



Unsere Projekte

2020

Bürogebäude komplett in 3D geplant

Bei der Entstehung des Bürogebäudes Citygate in Göteborg wird nicht nur in Höhen- und Quadratmetern gedacht, sondern auch großer Wert auf Nachhaltigkeit gelegt. Das Gebäude ist künftig nicht nur das neue Wahrzeichen im Geschäftsviertel Gårda, sondern auch ein Vorzeigeprojekt für umweltbewusstes Bauen. So wird zum Beispiel ein spezieller Beton („Green concrete“) verwendet, der eine Einsparung von 250 Tonnen Kohlendioxid ermöglicht. Weiters zielt die Verwendung von recyceltem Aluminium in der Fassade darauf ab, möglichst ressourcenschonend zu arbeiten.

Durch die 3D-Schalungsplanung mit der Software DokaCAD for Revit und den Einsatz der digitalen Services DokaXact und Concremote konnten der Bau ressourcenschonender geplant und Bauprozesse laufend optimiert werden. Hinsichtlich Sicherheit wurden unter anderem speziell angefertigte Treppen als Gehwege zwischen den verschiedenen Ebenen installiert.

Citygate
Projekt

Göteborg,
Schweden
Standort

Hochhaus
Bauwerksart

SDGs



Der 144 m hohe Bürokomplex in Gårda, Göteborg wächst mithilfe der Selbstkletterschalung SKE50 plus in den Himmel.

All-in-one-Paket für die erste Freivorbaubrücke in Kuwait

RA217
Nawaseeb Road
Projekt

Kuwait-Stadt,
Kuwait
Standort

Ortbetonbrücke
in Freivorbau-
methode
Bauwerksart

Der Abschnitt RA217 der Nawaseeb Road, auch bekannt als Route 40, ist ein wichtiger Bestandteil des kuwaitischen Hauptstraßennetzes und Teil des Kuwait-Entwicklungsplans 2015–2020. Bei dem Projekt geht es um den Um- und Ausbau einer 37 Kilometer langen Straße zu einer sechsspürigen Autobahn mit neun Anschlussstellen und drei Brücken. Das Ziel ist es, die Sicherheit auf den Straßen zu verbessern und einen optimalen Verkehrsfluss zu ermöglichen.

Mit der Realisierung des Autobahnbrückenabschnitts wurde in Kuwait erstmals eine Freivorbaubrücke in Ortbetonbauweise errichtet. Der Beitrag von Doka: Ein Paket an unterschiedlichen Lösungen – von der 3D-Planung über Freivorbauwagen bis hin zur Betreuung vor Ort durch Richtmeister – für einen reibungslosen, schnellen und wirtschaftlichen Ablauf auf der Baustelle.

1



2



3



Von oben nach unten statt hoch hinaus

Im Gegensatz zum unkontrollierten Abbruch mit der Abrissbirne oder durch Sprengung, erfolgt der Abriss heute oft als planmäßiger Rückbau mit weitgehender Sortentrennung der einzelnen Baustoffe und zum Schutz benachbarter Bauwerke. Zudem gilt es, die Baustellenmannschaft sowie das Baustellenumfeld vor Emissionen wie Lärm, Staub, herabfallenden Teilen und Erschütterungen zu schützen. Beim Rückbau der Türme des ehemaligen Funkhauses der „Deutschen Welle“ in Köln waren genau das die Kriterien, weshalb man sich für eine gezielte Demontage des Gebäudes entschied.

Um den Rückbau geordnet und vor allem sicher durchzuführen, war die Expertise von Doka gefragt. Normalerweise werden Schalungssysteme herangezogen, wenn es um die Errichtung von Betongebäuden geht. Doch mit dem Selbstklettersystem Xclimb 60 in Kombination mit dem Schutzschild Xclimb 60 lieferte Doka ein System, das sowohl die Anforderungen moderner Hochhausbaustellen als auch von Rückbauprojekten erfüllt.

Rückbau
„Deutsche Welle“
Projekt

Köln,
Deutschland
Standort

Hochhaus
Bauwerksart

SDGs



Sowohl der Büroturm (links) als auch der Studioturm wurden für den Rückbau ringsum mit dem Schutzschild Xclimb 60 eingehaust.

Interaktive 3D-Welt auf der Baustelle

In Flums bei St. Gallen entstand ein Ersatzneubau für ein Wasserkraftwerk – ganz ohne Papier. Doka war mit dabei und erstellte die Schalungspläne komplett in 3D. Durch das sogenannte BIM-to-Field – die Anwendung der digitalen 3D-Modelle auf der Baustelle – wurde der Aufbau der Schalungssysteme vor Ort deutlich erleichtert. An die Stelle von Bauplänen auf Papier trat ein durchgehend digitaler, modellbasierter Prozess: vom Aushub über die Bewehrung, die Schalung bis hin zur Qualitätssicherung. Ist das Schalungskonzept optimal an die örtlichen Gegebenheiten auf der Baustelle angepasst, lässt sich das benötigte Material für jeden Betonierschritt automatisiert aus dem Modell ermitteln und just-in-time bestellen. Im Fall des Wasserkraftwerks konnte mit weniger Material gearbeitet werden, was angesichts der beschränkten Platzverhältnisse auf der Baustelle ein großer Vorteil war.

Kraftwerk Schils

Projekt

Flums, Schweiz

Standort

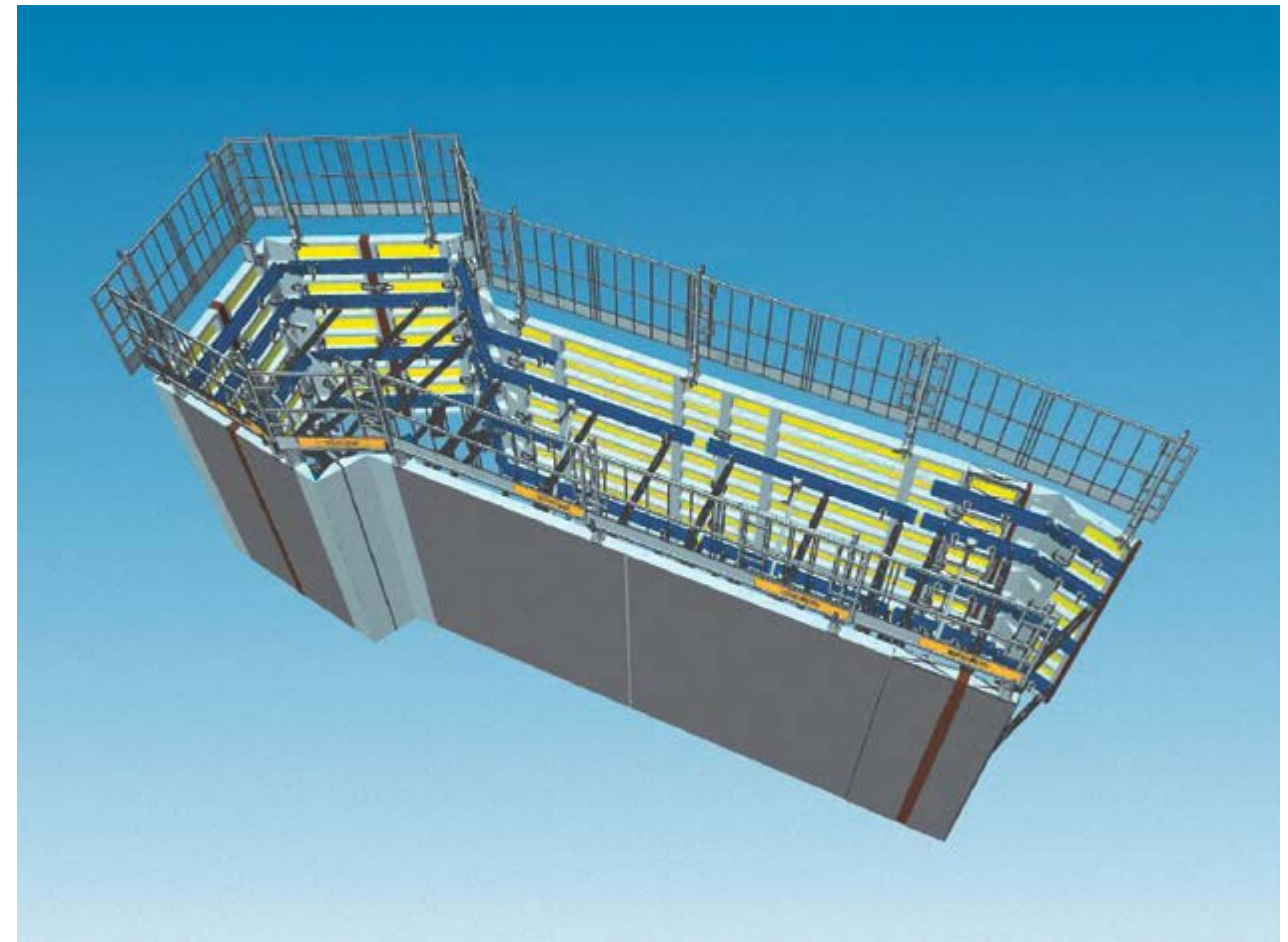
Wasserkraftwerk mit Sichtbeton- oberflächen

Bauwerksart

SDG



1



2



1 3D-Schalungsmodell der ersten Etappe im Untergeschoss.

2 Kontrolle des Schalungsaufbaus anhand des 3D-Schalungsmodells auf dem Tablet.

Die Zukunft des Gesundheitswesens mitgestalten

In den letzten Jahren hat sich der Schwerpunkt der Bauprojekte in Finnland stark vom Wohnungsbau zur Schaffung kommunaler Infrastrukturen verschoben. Für eine bessere Versorgung der Gesellschaft braucht es unter anderem auch gut funktionierende Krankenhäuser. Diese Notwendigkeit veranlasste die Krankenhausorganisation in der nordfinnischen Stadt Oulu, das Universitätsklinikum im Rahmen des Reformprogramms OYS 2030 in einer einzigen Phase zu erneuern. Dadurch sollen die Kosten für die Instandhaltung der Gebäude gesenkt, die Energieeffizienz erhöht und die Patientensicherheit verbessert werden. Das neue Klinikum wird über 450 Krankenhausbetten und 90 Intensivpflegeplätze verfügen.

In der ersten Bauphase, die aktuell läuft und bis Ende 2023 abgeschlossen sein soll, werden zwei zehnstöckige Gebäude, Gebäude A und B, gleichzeitig errichtet. Für Gebäude B kam das Kletterschalungssystem MF240 von Doka zum Einsatz. Das System ermöglichte es, mehrere Liftschächte und ein Treppenhaus früher als geplant fertigzustellen, und sorgte durch rundum abgeschlossene Arbeitsbühnen für sicheres Arbeiten.

OYS 2030, neuer Gebäudeteil B für Universitätsklinikum Oulu

Projekt

Oulu, Finnland

Standort

Krankenhaus

Bauwerksart

SDGs



1



2



1, 2 Das Gebäude B des Krankenhauses entsteht mit der Kletterschalung MF240 und der Rahmenschalung Framax Xlife plus.

Forschen in Hightech- Atmosphäre

Die Foxconn Technology Group setzt die Erweiterung am künftigen Wisconsin Valley Science and Technology Park im Südwesten von Wisconsin fort. Der gesamte Komplex wird letztendlich ein Produktions- und Forschungscampus auf fast 3.000 Hektar sein. Künftig sollen sich Unternehmen dort ansiedeln, die neue Technologien in den Bereichen Produktion, Gesundheit & Pflege, Sicherheit und Landwirtschaft entwickeln. Foxconn hat ein Mehrzweckgebäude fertiggestellt und arbeitet an dem High-Performance Computing Data Center. Es wird eine neunstöckige, kugelförmige Konstruktion, die unter anderem einen Hörsaalbereich mit 240 Plätzen bietet.

Für die anspruchsvolle Geometrie der gebogenen Wände wurde eine vormontierte Doka-Trägerschalung Top 50 verwendet. Die speziell angefertigten Formhölzer zwischen Doka-Träger und Schalhaut sorgten für den gewünschten Radius. Zusätzlich kamen das Kletterschalungssystem MF240 und die kranunabhängige, leichte Stahlrahmenschalung Frami Xlife zum Einsatz.

Foxconn Data Center

Projekt

Mount Pleasant, Wisconsin, USA

Standort

Produktions- und Forschungs- campus

Bauwerksart

SDG



1



1 Die Rahmenschalung Frami Xlife in Kombination mit der Kletterschalung MF240 an der Außenseite des Gebäudedekerns.

2 Die 2,40 m breiten Plattformen der Kletterschalung MF240 bieten viel Platz für sicheres Arbeiten innerhalb einer vollständig geschlossenen Plattform.

2



Rundumservice für Brückenneubau

Neubau Talbrücken Pfädchensgraben und Tiefenbachtal

Projekt

Hunsrück, Rheinland-Pfalz, Deutschland

Standort

Brücken

Bauwerksart

Deutschlands Brücken sind in die Jahre gekommen. 3,8 Mio. Quadratmeter an Brückenflächen müssen laut Bundesverkehrsministerium bundesweit dringend saniert oder neu gebaut werden. Darunter fallen auch einige Autobahnbrücken in Rheinland-Pfalz, wie etwa die zwei hintereinander folgenden Talbrücken Pfädchensgraben und Tiefenbachtal. Vor über 50 Jahren gebaut, ist der heutige Verkehr mit ca. 57.000 Fahrzeugen pro Tag eine hohe Belastung für die zwei Talbrücken in Hunsrück und hinterlässt deutliche Spuren. Deshalb werden sie seit Dezember 2017 erneuert und auf sechs Spuren erweitert.

Von der Erstellung der detaillierten Pläne über den Fertigservice und die Schalungsvormontage bis hin zur externen Abstimmung mit Traggerüsterstellern wird von Doka rund um die Schalung alles aus einer Hand geliefert. Für die konisch verlaufende Geometrie der Pfeiler wurden zudem Sonderschalungselemente und passgenaue Formholzkästen, auf Grundlage von 3D-Planung, im Doka-Fertigservice hergestellt.

1



2



1 Die Talbrücke Pfädchensgraben ist 531 m lang, ihre Pfeiler bis zu 42 m hoch.

2 Speziell geschultes Doka-Personal montierte die Selbstklettereinheit einer Pfeilerschalung an einem der vier Pfeiler der Tiefenbachtalbrücke.

Brücke klappt aus wie ein Regenschirm

Die S7 Fürstenfelder Schnellstraße wird im Südosten Österreichs gebaut, um das hohe Verkehrsaufkommen von und nach Ungarn, das derzeit oft zu Staus und Verkehrsbehinderungen führt, besser aufnehmen zu können. Nach Fertigstellung der S7 wird die Verkehrssicherheit in der Region durch die Entlastung der Ortsdurchfahrten erhöht.

Für die Überbrückung von zwei Flüssen inmitten eines Naturschutzgebietes kam das neuartige Klappbrückenverfahren zum Einsatz. Die Errichtung der Brücken mit dem Klappbrückenverfahren bietet gegenüber der konventionellen Bauweise gravierende zeitliche und finanzielle Vorteile. So wird zum Beispiel kein Gerüst benötigt, um im Anschluss diverse Brückenteile montieren zu können. Beim Klappbrückenverfahren werden an beiden Seiten eines Betonpfeilers senkrecht Träger aus dünnwandigen Fertigteilen montiert. Diese beiden Träger mit einer Länge von jeweils 36 Metern sind oben mit einem Gelenk verbunden. Mittels Hydraulik wird das Gelenk langsam abgesenkt. Dabei klappen sich die Träger auf beiden Seiten aus. Rund dreieinhalb Stunden dauert pro Pfeiler ein Ausklappvorgang, bis die beiden Flügel in ihrer endgültigen Lage angekommen sind. Nachdem die Klappbrücke abgesenkt wurde, wird die Fahrbahnplatte betoniert.

Doka lieferte zur Umsetzung des Projekts einen Verbundschalwagen mit speziellen Features für enorme Flexibilität und Wirtschaftlichkeit.

S7 Fürstenfelder Schnellstraße

Projekt

Rudersdorf, Österreich

Standort

Klappbrücken

Bauwerksart

SDGs



1



2



1 Beim Klappbrückenverfahren ist kein Lehrgerüst erforderlich, wodurch Zeit und Geld gespart wird.
2 Der Verbundschalwagen von Doka zeichnet sich durch hohe Flexibilität aus.

Mit Schublade-System mühelos an Höhe gewinnen

Im grünen Herzen der Stadt Wien, direkt an der Donau gelegen, entsteht mit dem 140 Meter hohen Marina Tower eine moderne Wohnwelt. Das Hochhaus besticht durch eine nachhaltige Bauweise, die es zu einem Referenzprojekt für den zukünftigen Städtebau macht. So ist zum Beispiel der Einsatz von Geothermie angedacht, die zum Heizen, Kühlen, aber auch zum Erzeugen von elektrischem Strom vorgesehen ist. Die Architektur des Wohnturms mit seinen unregelmäßig angeordneten Loggien, Balkonen und Terrassen in unterschiedlichen Abmessungen schafft eine lebendige und ansprechende Gebäudeoptik, stellte jedoch die Bauausführenden vor eine besondere Herausforderung.

Durch den Einsatz der Selbstkletterschalung Xclimb 60 mit einer speziellen Schublade-Funktion, die sich einfach an die wechselnden und springenden Grundrisse anpasst, sorgte Doka für einen zügigen und sicheren Baufortschritt. Die bis zu 6 Meter breiten Einheiten können damit nicht nur vertikal, sondern auch horizontal um bis zu 1,6 Meter versetzt werden. Zudem können dank der Rundum-Einhausung alle Tätigkeiten bei großen Höhen und geschützt vor Witterungseinflüssen in einem sicheren Arbeitsumfeld durchgeführt werden.

Marina Tower

Projekt

Wien, Österreich

Standort

Hochhaus

Bauwerksart

SDGs



1



2



1 Für einen zügigen und sicheren Baufortschritt wurde die Selbstkletterschalung Xclimb 60 mit einem speziellen Schublade-Feature ausgestattet.

2 Der 140 m hohe Marina Tower mit seiner außergewöhnlichen Gebäudeoptik wird mehr als 500 Wohneinheiten beherbergen.

Moderne Anlage für reines Wasser

Die Abwasseraufbereitungsanlage in Star City, Virginia wurde im Jahr 1965 gebaut. Einige der Komponenten arbeiten schon weit über ihre Lebensdauer hinaus. Damit die stark wachsende Gemeinde eine gut funktionierende Anlage hat, die künftig auch alle Umweltvorschriften erfüllt, findet eine großangelegte Sanierung und Modernisierung statt.

Der fast 30 Meter hohe Klärbeckenbau für die Abwasseraufbereitungsanlage wurde mit Schalungslösungen von Doka realisiert. Die Konstruktion umfasste nicht nur die Außenhülle des Beckens, sondern auch die Betonböden, Trennwände und das Dach. Eine zusätzliche Herausforderung stellten die unterschiedlichen Radien und Steigungen für die Wände des Faulbehälters dar. In diesem Fall wurde die Trägerschalung Top 50 in Kombination mit dem Kletterschalungssystem MF240 verwendet. Als Komplettanbieter lieferte Doka zusätzlich zu den passenden Schalungslösungen auch die Schalungsplanung und sorgte für die fachgerechte Montage der Systeme durch Richtmeister vor Ort.

Star City Wastewater Treatment Plant

Projekt

Star City, Virginia, USA

Standort

Klärbecken für Abwasserauf- bereitungsanlage

Bauwerksart

SDGs



1



2



1 Die Trägerschalungen Top 50 wurden in einer Sonderhöhe gefertigt, sodass das gesamte Klärbecken in fünf Hubbewegungen betoniert werden konnte.

2 Innenraum des Klärbeckens mit DokaScaff-Treppenturm und MF240-Plattformen.

Mit Hochgeschwindigkeit schneller ans Ziel

Das Bahnprojekt Czech Transit Rail Corridor IV in Tschechien zielt auf die Optimierung der Kapazität und Leistung der bestehenden Infrastruktur ab, sowohl für den Personen- als auch für den Güterverkehr. Zudem soll die Sicherheit und Zuverlässigkeit des Bahnnetzes verbessert und schrittweise die Interoperabilität der einzelnen Schienennetze sichergestellt werden. Die Modernisierung des gesamten Bahnkorridors wird im Jahr 2026 abgeschlossen sein. Die Reisezeit zwischen Prag und České Budějovice wird nach Fertigstellung des Projekts um circa 30 Minuten kürzer sein.

Als Teil des Projekts wird eine Brücke über das Flussgebiet bei Soběslav in Südböhmen gebaut. Das Bauwerk wird fast einen Kilometer des Gebietes überqueren, das wegen der einzigartigen Mikrofauna, die hier lebt, ökologisch geschützt ist. Deshalb legten alle Projektbeteiligten großen Wert auf den Schutz der Natur während des Bauprozesses.

Doka lieferte maßgeschneiderte und speziell angefertigte Schalungen für die verkleideten Pfeiler mit Wabenabdruck und monolithischen Säulen.

Czech Transit Rail Corridor IV, Streckenabschnitt Soběslav–Doubí

Projekt

Soběslav/ Südböhmen, Tschechien

Standort

Bahnbrücke

Bauwerksart

SDGs



1



2



1 Die Brücke bei Soběslav in Südböhmen ist ein wichtiger Bestandteil der Modernisierung des tschechischen Bahnstreckennetzes.

2 Für eine sichere Unterstellung der Stahlträger wurde das Traggerüst Staxo 100 eingesetzt.

Hybrides Messekonzept, smarte Innovationen & kreative Inspiration

umdasch The Store Makers präsentierte auf der EuroShop in Düsseldorf vom 16. bis 20. Februar 2020 neue Perspektiven für den Retail der Zukunft. In einem ganzheitlichen Rundgang durch eine Vielzahl an Branchen des Handels erlebten die Besucher multimediale Ideen, außergewöhnliche Materialien und zahlreiche gewinnbringende Möglichkeiten für den Point-of-Sale.



Kurz bevor die Corona-Pandemie Europa mit voller Wucht erreichte und sämtlichen persönlichen Veranstaltungen eine Absage erteilte, überzeugten die Store Makers mit einem hybriden Format: Der Messe-Auftritt war fünf Tage lang physisch in Düsseldorf für rund 94.000 Messebesucher geöffnet. 20.000 Gäste zählte der umdasch-Stand. Im unmittelbaren Nachgang besuchten ebenso mehrere Tausend Interessierte den Messestand als virtuelle 360°-Tour und tauchten mit einzelnen Videosequenzen noch tiefer in die Welt von umdasch ein.

Mit dem QR-Code können Sie die Highlights der über 900 Quadratmeter großen Store Makers-Bühne noch heute virtuell erleben. Die präsentierten Themen und Konzepte sind aktueller denn je. So etwa fand das Retail Cart bei den Besuchern große Beachtung. Auf dieses nachhaltige Elektromobil setzen mittlerweile mehrere Duty-free-Betreiber im Nahen Osten wie der Flughafen Bahrain, um die Reisenden direkt am Gate kurz vor dem Abflug mit einem letzten Point-of-Sale zu erreichen. Digitale Elemente und IoT*-Möbel zogen sich wie ein roter Faden durch das Konzept, Ladenbau-Innovationen und flexible Systeme wie der Turntable, der sich im Handumdrehen vom Tisch in ein Regal verwandeln lässt, waren ebenfalls ein Besuchermagnet über alle Branchen hinweg. Großen Andrang fanden auch der Liquid Dispenser, ein System zum Wiederbefüllen von Verpackungen (mehr

auf den Seiten 126 und 172) und das Green Shelf, das umdasch-Regal mit dem kleinsten CO₂-Fußabdruck, bestehend aus Naturmaterialien wie zum Beispiel gepresstem Heu. Damit trafen die Store Makers exakt den Zeitgeist: Die Gespräche bestätigten, dass zwei von drei Retailern Investitionen für nachhaltige Lösungen am Point-of-Sale planen.

All diese und noch viele weitere Innovationen, Trends und exklusive Materialien können Sie immer noch live erleben: Einfach einen der beiden QR-Codes scannen und virtuell in die Welt von umdasch auf der EuroShop 2020 eintauchen!

* Internet of Things



Hier geht's
zum Video



Virtuelle 360°-
Tour starten

SDGs



Für die besten Fans der Welt

Wenn sich die Schiebetür der FC Bayern World in bester Innenstadtlage Münchens öffnet und der Besucher den Store betritt, wird sofort klar, für wen dieser Ort geschaffen wurde: „FÜR DIE BESTEN FANS DER WELT“, hat ein Laser in die Bodenmatte gebrannt. Und diese verdienen – unabhängig von Geschlecht, Hautfarbe oder sozialem Status – wohl nichts anderes als ein Geschäft, das man definitiv zu den interessantesten Retail-Projekten 2020 in Europa zählen kann. So wurde der Flagship-Store erst kürzlich von der führenden Nonfood-Fachzeitschrift des deutschsprachigen Einzelhandels, der deutschen Textilwirtschaft, zum Store des Tages gekürt. Für die Auswahl der Materialien setzte man bewusst auf regionale Lieferanten: Beleuchtete Glaswände aus einer bayrischen Manufaktur lassen den gegossenen Bodenbelag aus Münchener Kieselsteinen erstrahlen.

Ein Store, den man besuchen sollte. Einen virtuellen Besuch ohne große Anreise bietet der Videolink hinter dem QR-Code.

FC Bayern World Projekt

München,
Deutschland
Standort

Concept, Design,
Planning,
Manufacture,
Installation
Service



Hier geht's zum Video

SDG



1 Im zentralen Treppenraum bilden warmes Eichenholz und roher Schwarzstahl einen kontrastreichen Spannungsbogen. Die überdimensionale LED Wall an der Unterseite der Treppe ist das emotionale Herzstück des Stores.



2 Im „Test Cage“ können die Fans sich in verschiedenen Gaming-Szenarien mit den Profis messen.

Sportliche Motivation in der Großstadt

Seit 40 Jahren heftet sich der Outdoor-Spezialist Globetrotter auf die Fahnen, seinen Kunden ein besonders hochwertiges Sortiment für unvergessliche Abenteuer in der Natur zu bieten. Motiviert auch von dessen Unternehmensziel, das nachhaltigste Outdoor-Unternehmen zu werden, begaben sich die Architekten von umdasch auf eine Reise in die Zukunft des stationären Handels.

Auf vier Etagen mit rund 4.000 Quadratmetern offenbart sich den Besuchern in Berlin-Steglitz seit Herbst 2020 ein einzigartiges Outdoor-Erlebniscenter: mit Reparatur-Werkstatt, einem Innovation Lab als Ausstellungs- und Arbeitsfläche samt Präsentation innovativer Marken, Teststationen, einer Reisepraxis für Beratungen, liebevoll inszenierter Corner-Shops und einem Café mit gesunden Köstlichkeiten im Einklang mit der Natur.

Die Store Makers von umdasch begleiteten das Projekt bereits in der Konzept- und Planungsphase, waren Partner für den Ladenbau und die Digital-Touchpoints und zeichneten als Generalunternehmer verantwortlich.

Globetrotter

Projekt

Berlin-Steglitz, Deutschland

Standort

Concept, Planning, Manufacture, Installation, Digital Signage, General Contracting

Service



Hier geht's zum Video

SDGs



Wie ein Abenteuer in freier Wildbahn gestaltet sich auch die Kundenreise durch den Globetrotter Store – etwa mit der Kletterwand, einer Spiel-Ecke oder der Clubhütte, die sich bei Globetrotter bereits als Treffpunkt der Outdoor-Community etabliert hat.

Neue Produkte – wertvolle Insights!

Im go2market in Wien können registrierte Mitglieder auf 400 Quadratmetern Produkt-Innovationen einkaufen, die am regulären Markt (noch) nicht erhältlich sind. Im Gegenzug erhalten Unternehmen und Start-ups aus der FMCG*-Branche wertvolle Insights zum Konsumverhalten und somit die Möglichkeit, die Produktion und Vermarktung auf den tatsächlichen Bedarf abzustimmen. Das monatlich wechselnde Angebot richtet sich aktuell an maximal 1.500 registrierte Mitglieder, die der durchschnittlichen Soziodemografie Österreichs entsprechen.

go2market setzt vor Ort auf die technisch neuesten Features von umdasch Digital Retail, wie Soundduschen, digitale Preisauszeichnung zur Messung der Preissensibilität in jeder Phase der Produktentwicklung oder Scan & Go von der Umdasch Group Ventures-Beteiligung shopreme. Nach der erfolgreichen Testphase in Wien ging der Real-Life Marktforschungssupermarkt im Mai 2021 auch erstmals in Deutschland, in der Rhein-stadt Köln, an den Start.

* Fast Moving Consumer Goods

go2market
Projekt

Wien, Österreich
Standort

Manufacture,
Installation,
Digital Signage,
Smart Tracking,
Electronic Shelf
Labeling, Interactive
Applications,
Software
Development
Service



Hier geht's zum Projekt

SDGs



go2market-Kunden profitieren von den neuesten technischen Features von umdasch Digital Retail und von shopreme, einer Beteiligung von Umdasch Group Ventures.

Kompakt, vielfältig und ziemlich innovativ!

Mit dem innovativen, automatisierten Shop-Konzept „Unibox“ bietet der österreichische Lebensmittel Einzelhändler Unimarkt auch in kleinen Gemeinden und entlegenen Regionen ohne Nahversorger bis zu 1.000 Artikel des täglichen Bedarfs. Zugang erhalten die Kunden via App – bis zu 24 Stunden am Tag. Die Store Makers von umdasch haben die ersten Pilot-Stores mit dem Ladenbau, wie Regalen, Holzarbeiten und der Verkleidung, ausgestattet. Die vollautomatisierte Filiale kann sowohl in Innenräumen, zum Beispiel auf Bahnhöfen wie in Enns in Oberösterreich, wie auch auf Freiflächen in Form von Containern umgesetzt werden. Die verwendeten Module sind für die Outdoor-Variante 36 Quadratmeter groß, indoor sind bis zu 80 Quadratmeter möglich. Bis Ende des Jahres 2021 plant der österreichische Lebensmittelhändler 30 Uniboxen.

Unibox by Unimarkt Projekt

Enns, Krenglbach,
Traun; Österreich
Standort

Manufacture,
Shop Equipment,
Installation
Service



Hier geht's zum Projekt

SDGs





umdasch bei Harrods

Im Rahmen einer umfassenden zehnjährigen Renovierung hat das Londoner Kaufhaus Harrods wichtige Elemente seines berühmten Geschäfts weiter aufgefrischt: Die Umgebung wurde modernisiert und zeitgemäße Räume wurden geschaffen, ohne dabei den zeitlosen Zauber zu vernachlässigen. umdasch begleitet Harrods auch weiterhin bei der Gestaltung und Neuinterpretation charakteristischer Bereiche.



Die langjährige Beziehung zwischen umdasch und Harrods ist sinnbildlich für das kulturelle Erbe, das die beiden Unternehmen im Einzelhandel verbindet. Harrods ist wohl das berühmteste und geschichtsträchtigste Kaufhaus der Welt, umdasch besteht seit über 150 Jahren und hat sich stets sowohl auf traditionelle Werte als auch auf Innovation konzentriert. Es ist diese Kombination, die bei der Modernisierung und Restaurierung von Schlüsselementen des Harrods Flagship-Stores in Knightsbridge, London, zum Tragen gekommen ist. Den Anfang machte die erfolgreiche Renovierung von Harrods Roastery & Bakehall im Jahr 2017 sowie von Harrods Wine &

Spirits and Cigars im Jahr 2018. In der Folge wurde umdasch für weitere Projekte im Rahmen einer zehnjährigen Großrenovierung beauftragt. 2019 erbrachte umdasch eine Vielzahl von verschiedenen Dienstleistungen innerhalb des Harrods Stores in Abteilungen wie Dining Hall, Men's International Designer Room 1, Beds und Harrods Signature sowie im Bereich Gift Wrap. 2020 wurden die Abteilungen Men's Shoes und Seasonal & Books fertiggestellt. Ein weiterer Meilenstein: die Realisierung des H beauty Lakeside Shopping Centre, einer erstmaligen Beauty-Hall außerhalb des Flagship-Stores in Knightsbridge.

Was bisher geschah



„The Taste Revolution“

Die 500 Quadratmeter große Dining Hall – ein bei den Global RLI Awards 2020 mit dem Prädikat „Highly Commended“ ausgezeichnetes Projekt – wurde im Rahmen der „The Taste Revolution“ ebenfalls mit luxuriösem Material und exquisitem Design umgestaltet. In sechs neuen Restaurants werden saisonale Speisen serviert. Eine Vielfalt von Glas, Marmor, Spiegeln, Holz und massivem, antikem Messing verzaubert die Besucher in der luxuriösen Atmosphäre. Darüber hinaus hat das neue Layout die bisherige Sitzplatzkapazität mehr als verdoppelt, während es sich immer noch geräumig und komfortabel anfühlt. Die erneute Zusammenarbeit mit David Collins Studio stellte zahlreiche einzigartige Anforderungen an das Projekt. Die von umdasch gelieferte Einrichtung erzeugte einen Kontrast zwischen antik und modern und schuf so eine luxuriöse Atmosphäre. „Wir mussten hier etwas kreieren, das sowohl zeitgemäß ist als auch den Zahn der Zeit überdauern wird“, erklärt Roman Fußthaler, Managing Director umdasch Premium Retail.

Menswear im Fokus

Das David Collins Studio entwarf den Men's International Designer Room 1 als Teil einer kompletten Überarbeitung der Menswear-Abteilung. Der luxuriöse Raum kombiniert modernen Edelstahl mit schwarzem Marmor in Nero Marquina. Das Designkonzept musste auch die historischen Aspekte des Gebäudes respektieren und hat einen starken Art-déco-Charakter, der jedoch in einer modernen Umgebung realisiert wurde. umdasch arbeitete an der Umsetzung des Konzepts, erstellte die technischen Zeichnungen, produzierte die Möbel und kümmerte sich um die Lieferung und Montage. „Das Design konzentriert sich auf das traditionelle Gefühl des Harrods-Looks und macht das Beste aus der historischen Architektur, während moderne Akzente mit monochromen und geometrischen Mustern eingeflochten wurden“, reflektiert Simon Wait, Sales Director umdasch Premium Retail UK. „Wir arbeiten schon so lange mit Harrods und einigen der dort ansässigen Luxusmarken zusammen. Die Gemeinsamkeit ist ein absolut kompromissloser Ansatz in Sachen Qualität. Alles musste stimmen. Das war eine Herausforderung, aber auch sehr spannend und lohnend.“

Edles Schuhwerk für feine Herren

Der vor Jahren eingeschlagene Weg des „Trading-up“ markiert in der neugestalteten Abteilung für Herrenschuhe einen weiteren Meilenstein. Unweit der Männermode entstand ein modernes Lifestyle-Mekka für den anspruchsvollen Mann und seine Liebe zum edlen Schuhwerk. Entsprechend hochwertig ist die Rahmenhandlung, die hier erzählt wird: mit Materialien wie Holz aus nachhaltigen Quellen, Marmor, Leder, hochglanzpoliertem Edelstahl und Rauchglas. Die Store Makers realisieren sehr viele Stores, die sich auf die weibliche Klientel fokussieren. Eine derart große, hochwertige Abteilung für Männerschuhe zu schaffen, war eine ganz besonders interessante Herausforderung.

Harrods Men's Shoes

Projekt

London,
United Kingdom

Standort

Design Engineering,
Value Engineering,
Furniture, Project
Management,
Installation

Service



Hier geht's zum Projekt

SDG



Die Abteilung erstreckt sich über drei miteinander verbundene Räume und besticht durch eine geradezu perfekte Warenpräsentation. Die Regale sind mit leistungsstarken, individuell steuerbaren LEDs ausgestattet – so kommt jedem Schuh die ihm gebührende Aufmerksamkeit zu.

Handel hat nicht nur fair, sondern auch grün zu sein

Nachhaltig halt. Die Green Design-Ideen von umdasch unterstützen Retailer bei einem ressourcenschonenden Umgang mit der Natur. Eines der Produkte ist das IoT-Möbel Liquid Dispenser und sein analoges Pendant, der Solid Dispenser. Mittlerweile in sieben Ländern Europas im Einsatz.



SDG



Refilling: Von der Schweiz ...

In den Migros-Filialen Marktgasse Bern und Luzern-Schönbühl können Kunden mit dem von umdasch entwickelten System Liquid Dispenser Reinigungs- und Spülmittel selbst abfüllen. Das Angebot reicht von Handspülseife bis zu Wasch- und Spülmitteln. Nach den Erfahrungen des Schweizer Marktführers mit dem Refilling-System soll das Angebot auf weitere Filialen ausgedehnt werden.



© Mibelle by Migros

Projekt Migros
Standort Bern, Luzern-Schönbühl; Schweiz

... bis nach Großbritannien ...

Auch Sainsbury's in Großbritannien erprobt mit dem umdasch Liquid Dispenser den neuen Nachfüllservice. Die nachhaltigen Ecover Reinigungsprodukte können erstmals im Store in Harringay im Norden Londons wiederbefüllt werden. Das ehrgeizige Ziel der britischen Supermarktkette: zwölf Tonnen Plastikmüll pro Jahr einsparen.



© Sainsbury's

Projekt Sainsbury's
Standort Harringay, London, United Kingdom

... und natürlich Österreich!

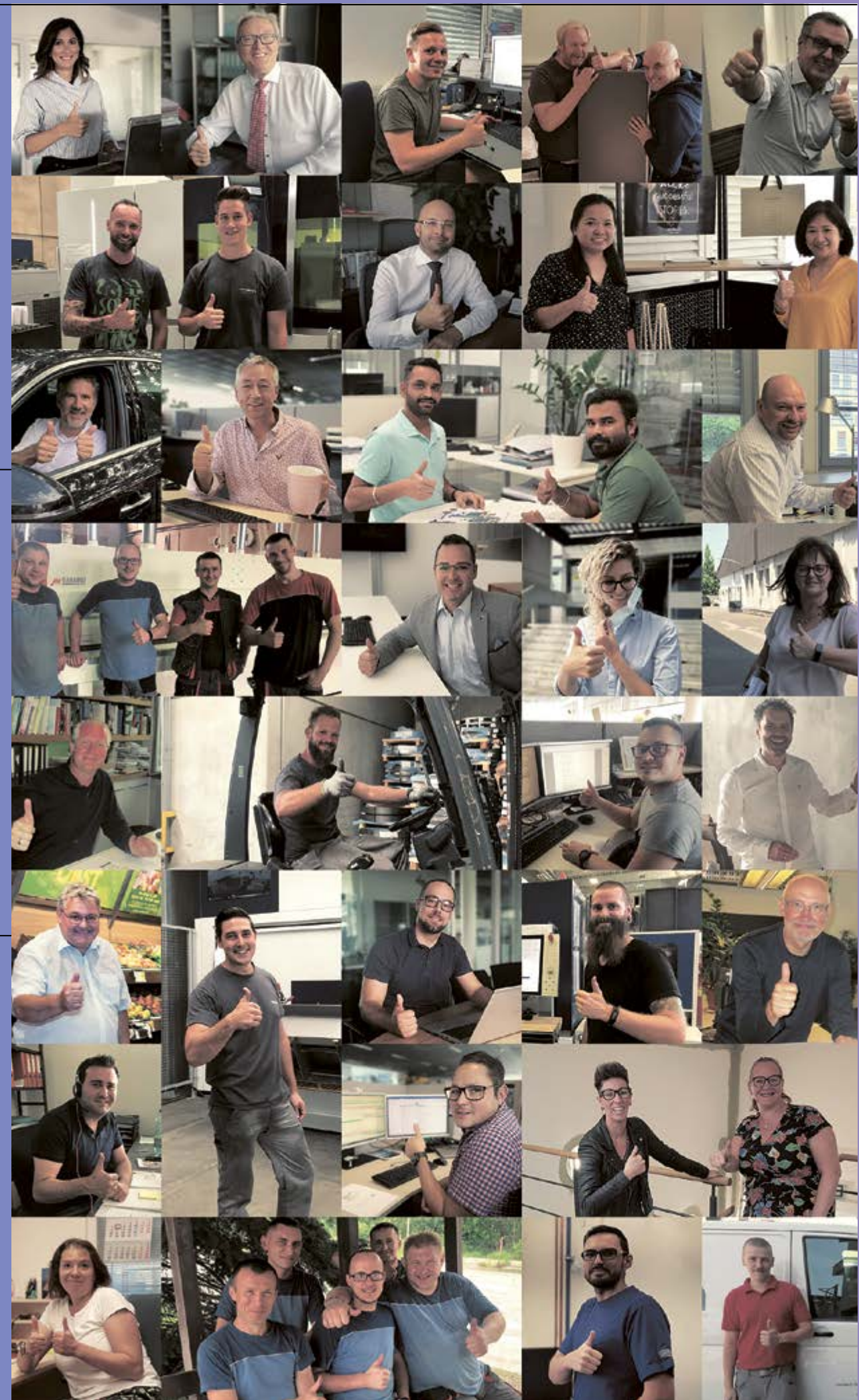
Der SPAR Markt bei Kastner&Öhler in Graz überzeugt mit den qualitativen Ladenbaulösungen der Store Makers sowie einem modernen Ambiente und macht den Supermarkt auf 1.200 Quadratmetern zum wahren Genusserebnis. Ein nachhaltiges Highlight: Mehrere Solid Dispenser von umdasch ermöglichen den verpackungsfreien Einkauf von Nüssen und Trockenfrüchten – denn Refilling muss nicht beim Nonfood-Sortiment enden.



Projekt Spar
Standort Graz, Österreich

Unsere Menschen

Was globale Unternehmen ausmacht, ist die Vielfalt. In der Natur gleichen Monokulturen Sackgassen. In Organisationen ist das ganz ähnlich. Diversität bedeutet unterschiedliche Kulturen, Fähigkeiten und Talente. Sie ist der Nährboden für das Sprießen neuer Ideen. Unsere Mission ist es, Räume zu schaffen, die Menschen fördern und ihren Ideen eine Bühne geben.



Der Nachhaltigkeit gewidmet - Umdasch Group Sustainability Prize



SDGs



Die Idee: Ein Preis, der Projekte im Sinne unserer Nachhaltigkeitsstrategie auszeichnet und fördert. Das Besondere: Die eingereichten Projekte stammen allesamt aus unserem Haus. Es sind die Ideen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die 2020 zum ersten Mal und zukünftig jährlich intern gesucht und prämiert werden.

Auf die Ausschreibung im Herbst vergangenen Jahres folgte eine hohe Beteiligung: 139 Ideen aus 18 verschiedenen Ländern waren das erfreuliche Ergebnis. In zwei Schritten – einer Vorjury und einer finalen Jury mit externer Beteiligung – schafften es diese vier Finalist*innen in die Endrunde:

- Doka Re – eine Baustellen-App der Kollegen aus Mexiko, um die Langlebigkeit von Produkten zu verbessern und Verschleiß zu verringern.

- One box of Formwork – die Idee eines kompletten Schalungssatzes, inklusive Zubehör, für die Erstellung eines definierten Gebäudes in Stampflehm zum Einsatz in Schwellen- und Entwicklungsländern.

- Ein Auslastungskonzept der Kolleg*innen von Form-on, um den Beladegrad von LKWs zu optimieren.

Und ... das Gewinnerteam:

- CONCRESMART – die ambitionierte Idee der jungen Kollegen Pavel Kasal, Johannes Kirchhofer und Georg Stolz überzeugte schließlich die Jury.

Sie zielt darauf ab, den CO₂-Ausstoß, der durch Zementproduktion und -einsatz entsteht, zu verringern, indem es über die Beeinflussung des Aushärtungsprozesses zu weniger Verbrauch kommt.

Das Siegerteam hat mit der Umsetzung seiner Idee bereits begonnen. Wir gratulieren, drücken für das Projekt die Daumen und werden selbstverständlich an der Stelle im nächsten Jahr vom Fortschritt berichten.



Internationaler Frauentag – ein Hoch auf unsere Mitarbeiterinnen!

SDGs



Vor über 100 Jahren wurde der Internationale Frauentag ins Leben gerufen. Seit 1921 wird er jährlich am 8. März gefeiert. An diesem Tag wird weltweit auf Gleichberechtigung und Frauenrechte aufmerksam gemacht. 2021 stand der Frauentag unter dem Motto der Vereinten Nationen „Women in leadership: Achieving an equal future in a Covid-19 world“. Parallel dazu setzten

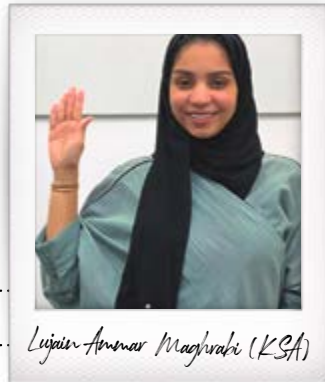
Frauen in den sozialen Medien – unter den Hashtags #IWD2021 oder #ChooseToChallenge – ein Zeichen und hoben ihre Hand, um die Errungenschaften von Frauen zu feiern und geschlechtsspezifische Ungleichheiten aufzuzeigen.

Auch Mitarbeiterinnen aus der gesamten Doka Welt vereinten sich virtuell, um ihre Erfolge zu feiern und ihre ganz persönlichen Ratschläge zu teilen.

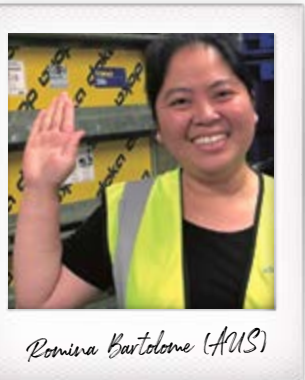


„Stehe für dich selbst ein. Glaube an dich selbst. Ohne Stärke in sich selbst werden es Frauen schwer haben, in der Arbeitswelt gehört zu werden.“

„Hinter jeder erfolgreichen Frau steht sie selbst.“



Lujain Ammar Maghrabi (KSA)

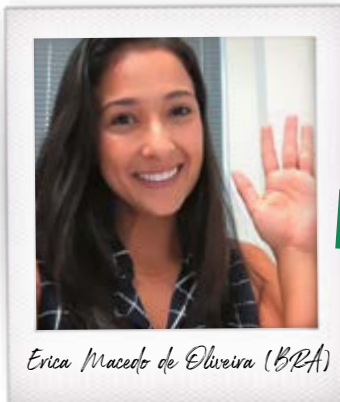


„Habe eine positive Einstellung und bitte um Hilfe, wenn du sie brauchst.“

„Herausforderungen bringen einen immer auf die nächste Stufe und man sammelt eine Menge Erfahrungen – sehe sie daher als etwas Positives!“



Claudia Glauer-Frei (CH)



„Gib niemals deine Träume auf und lasse dir von niemandem sagen, du schaffst es nicht. Jede Gelegenheit, die du in deinem Leben erfahren wirst, ist eine Chance zum Lernen.“



Neelhi Chaudhari (IND)

„Eine Frau kann einen Unterschied machen, aber gemeinsam können wir die Welt rocken!“



Young and highly professional

Der Young Professionals Day ist eine internationale Initiative für Nachwuchskräfte aus den Bereichen Supply Chain Management und Logistik. Beides sind Bereiche, die in der Wertschöpfungskette der Doka eine ganz entscheidende Rolle spielen. Gut zu wissen, dass hier Nachwuchstalente am Start stehen, die im Wettbewerb die Allerbesten sind.

Genau um diese Professionalität geht es beim Young Professionals Day. Junge Supply-Chain-Talente traten dort in einem Simulationsspiel gegeneinander an. Der fiktive Case: Eine Fruchtsaftfirma ist in wirtschaftliche Turbulenzen geraten. Die Lieferkette weist jede Menge Schwachstellen auf. Das Team bildet Einkauf, Produktion, Vertrieb und Supply Chain ab und soll das Unternehmen gemeinsam aus der Krise führen. Das Ziel: ein positiver ROI.

Worum geht es beim Young Professionals Day?

Ziel ist es, junge Talente in dem Segment SCM und Logistik zu fördern. Die Doka bewegt im Jahr Schalungsmaterial in Milliardenhöhe. SCM und Logistik arbeiten hochprofessionell daran, dass die Lieferungen in der richtigen Qualität, Menge und Zeit auf den Baustellen unserer Kunden landen.

Das Doka-Gespann trat gegen namhafte Gegner wie Infineon oder Tom Tailor an und konnte am Ende die Challenge mit einem ROI von 7,44 % für sich entscheiden. Wir freuen uns mit dem Intercompany-Team und gratulieren recht herzlich!

SDG



KPI 8

Weiterbildungsintensität 1,2

Trainings- bzw. Schulungseinheiten
Anzahl Mitarbeiter*innen

Dein Beitrag für uns alle!

Betriebsarzt Dr. Wosyka zum Umgang mit Masken am Arbeitsplatz und im Supermarkt

Hinweis von Betriebsarzt Dr. Wosyka ...
... zum Umgang mit Masken am Arbeitsplatz und im Supermarkt

Doka, Umdasch Group Ventures, umdasch The Store Makers 01.04.2020

Coronavirus - Häufig gestellte Fragen

Die AGES (Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit) hat häufig ...

Doka, Umdasch Group Ventures, umdasch The Store Makers 30.03.2020

Und wie läuft's bei Ihnen im Home-Office?

Sie haben in Ihrer Wohnung oder Ihrem Haus ein eigenes Büro?

Doka, Umdasch Group Ventures, umdasch The Store Makers 20.04.2020

Unsere Corona-Hotline Wir sind weiterhin für Sie da!

Nutzen Sie die Corona-Hotline

Nutzen Sie die Corona-Hotline

Doka, Umdasch Group Ventures, umdasch The Store Makers 30.10.2020

Gesundheit und Wohlergehen der Menschen

Vom ersten Moment an lautete die Devise „People first!“. Anfang März 2020 war klar: Unsere erste Anstrengung muss der Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit gelten. Der Aktionsstab Corona hat bis heute genau das zum Inhalt. Er tagte am 13. März zum ersten Mal – anfangs täglich, später wöchentlich, bis heute zweiwöchentlich, dazwischen ist er anlassbezogen und ad hoc innerhalb weniger Minuten einsatzbereit. Seine Mitglieder: der Vorstand, die CEOs der Tochterunternehmen, Betriebsarzt, Betriebsräte, Sicherheitsbeauftragte, HR, Kommunikation sowie Vertreter der Produktion, des Bereichs, dem es nicht möglich ist, seine Tätigkeit auf Home-Office umzustellen.

Im Aktionsstab werden bis heute an- und bevorstehende Herausforderungen besprochen und im Konsens beschlossen. Es wurden und werden dort Lösungen und Maßnahmen entwickelt, die uns helfen, die Krise im Sinne der Gesundheit und des Wohlergehens der Menschen, die mit und für uns arbeiten, bestmöglich zu meistern.

Dazu zählen unter anderem:

- Task-Force „Corona“, um den jeweils sichersten Arbeitsplatz zu erarbeiten
- Home-Office – Tausende Remote-Zugänge in wenigen Tagen
- Einrichten einer Corona-Hotline im Unternehmen
- Tägliches Monitoring und Reporting des internationalen Infektionsgeschehens im Unternehmen
- Maskenpflicht – Ausgabe von Gratis-Masken
- Verhaltensregeln – Abstand, Meetings, Veranstaltungen, Trainings, Dienstreisen, externe Besucher
- Kriseninterventionskonzept
- Teststraße seit November 2020 – anfangs für Schlüsselkräfte, später für alle Mitarbeiter*innen
- Errichtung einer Impfstraße am Firmengelände Amstetten

KPI 9

Gesundheitsquote 96,5%

Anwesenheitstage / Gesamtarbeitstage

Corona-Management – was wir aus der Krise lernen können

Eine Krise zeigt, was ein Unternehmen grundlegend imstande ist zu leisten. Es heißt nicht umsonst „Die Krise bringt das Schlechteste zum Vorschein – aber auch das Beste“. Rückblickend dürfen wir von uns behaupten: Wir haben viel gelernt und gute Arbeit geleistet – in jeder Hinsicht, auf allen Ebenen, in allen Bereichen und an allen Orten der Welt.

SDGs





Leadership in Corona-Zeiten – mutig Entscheidungen treffen

Weit vor der Krise hat sich schon abgezeichnet, dass sich die Dynamik im wirtschaftlichen Alltag stark beschleunigt. Die Welt war in Veränderung, das ökonomische Umfeld volatil und sensibel, Planung immer schwieriger. Insofern hatten die Themen Leadership und Organisationsentwicklung schon in den letzten Jahren einen hohen Stellenwert im Unternehmen eingenommen. Eine Investition, die sich nun bemerkbar und bezahlt machte.

Unsere Führungskräfte waren im letzten Jahr stark gefordert. Neben ihren Managementaufgaben, zu denen in der ersten Phase die Sicherung der Liquidität und diverse Kostenmaßnahmen zählten, mussten sie ihrer Rolle als Führungskraft und Teamleader gerecht werden. Unter schwierigsten Bedingungen, über weite Distanzen und ohne Möglichkeit des persönlichen Treffens musste kalmiert und motiviert, parallel aber auch Leistung eingefordert werden. Ein Spagat, der von den Führungskräften gut bewältigt wurde. Gerade in Ländern und Regionen, in denen weit ab vom Headquarter zusätzlich erst erklärt werden musste, warum zentrale Entscheidungen gefallen sind und Maßnahmen gesetzt werden, haben sie großartig gearbeitet.

Auch von unseren Fachexperten war höchste Flexibilität gefordert. Etwa hinsichtlich der von den jeweiligen Regierungen erlassenen Regelungen und Vorschriften. Neue Verordnungen wurden meist bis zu deren unmittelbarem Inkrafttreten diskutiert und verhandelt. Sie erreichten unser Unternehmen teilweise erst Stunden bevor sie in Kraft traten. Hier war Flexibilität gefragt. Und auch Mut, Entscheidungen der Instanzen und Behörden auch mal vorwegzunehmen.

So etwa waren wir in Österreich bereits Monate in Kurzarbeit, bis alle Details zur Regelung, dem Modus und der Abrechnung bekannt wurden. Die Lösung: Die Arbeitszeitexperten im Unternehmen setzten vorab eine provisorische Abrechnung auf. Nach Feststehen der entsprechenden Regelungen wurden diese pro Mitarbeiter*in aufgerollt und entsprechend korrigiert.

Das Ausmaß in Stunden: mehr als 3.000. Darin enthalten ist der Aufwand, die komplexesten Prozesse für alle verständlich zu machen. Womit wir bei einer der wesentlichsten Aufgaben während Corona angekommen sind.



Kommunikation – das Maß der Dinge

Nicht nur die zentrale Kommunikation, auch die in den Regionen und Ländern waren gefragt und gefordert. In Krisenzeiten ist regelmäßige und transparente Kommunikation unumgänglich. Einerseits galt es, zeitnah und verständlich über die sich laufend anpassenden Corona-Maßnahmen zu informieren. Dafür wurden die bestehenden Kanäle genutzt, aber auch neue entwickelt – etwa eine interne Facebook-Community für die Zielgruppe, die schwerer Zugang zum Intranet hatte. Über die internationale Corona-Hotline im Unternehmen wurden die häufigsten Fragen rund um Covid-19 erfasst, beantwortet und in Form eines umfangreichen FAQ-Bereichs auf einer eigenen Corona-Teamsite allen Mitarbeiter*innen zugänglich gemacht.

Parallel wurde top-down in regelmäßigen CEO-Talks an die Führungskräfte sowie in Videos an die Belegschaft weltweit über die Lage im Allgemeinen und die des Unternehmens im Speziellen berichtet. Welchen Unterschied professionelle Kommunikation in Krisenzeiten macht, haben wir im letzten Jahr erfahren. Niemals davor wurde mehr Content generiert und publiziert, nie zuvor kam so viel positives Feedback dazu. Die Intention kam also in der Belegschaft an. Nicht zuletzt deshalb wurde beschlossen, in die interne Kommunikation stark zu investieren und zukünftig auf neue Technologien zu setzen, um einen reibungslosen Informationsaustausch noch besser gewährleisten zu können (siehe Bericht Seite 152).



Digitalisierung und neues Arbeiten

Wenn die Krise etwas ganz Wesentliches gezeigt hat, dann die Notwendigkeit, neue Technologien in unsere Prozesse und Arbeitsweisen zu integrieren – nicht optional, sondern obligatorisch. In vielen Bereichen wäre die Leistungserbringung ohne Digitalisierung nicht oder nicht im erforderlichen Maß möglich gewesen. Etwa beim Thema Home-Office. Das Arbeiten von zuhause war bereits vor Corona möglich und wurde von den Mitarbeiter*innen gerne angenommen. Nun war Home-Office aber mehr als die Möglichkeit, an gewissen Tagen seine Arbeit außerhalb des Büros zu erledigen. Home-Office wurde zu einer wichtigen Maßnahme im Kampf gegen eine Corona-Infektion und kam damit großflächig zur Anwendung. Wir haben gelernt, uns schnell zu organisieren und uns rasch mit neuen Präsentations- und Kollaborationstools vertraut zu machen. Meetings, von denen wir bisher dachten, die unbedingte physische Anwesenheit wäre für ein positives Gelingen Grundvoraussetzung, laufen heute ohne Einschränkung online ab. Reisen, von denen wir überzeugt waren, sie würden unverzichtbar sein – die Notwendigkeit hat uns gelehrt, dass Zoom, Microsoft Teams, Skype & Co hier längst mehr als bloße Alternativen sind.



Aber nicht nur wir selbst, auch unsere Kunden haben gerade während Corona erlebt, wie sie von unseren digitalen Produkten und Services profitieren können. Davon zeugen unter anderem die Berichte in den Kapiteln „Unsere Visionen“ und „Unsere Produkte“ – etwa über den Doka Online-shop, die Möglichkeiten additiver Fertigung bei Umdasch Group Ventures oder Produkte wie das Smart Gate bei unseren Store Makers (Seiten 64, 72 und 74).

Corona wirkt hier wie ein Brandbeschleuniger. Die Auswirkungen des Virus haben eine Entwicklung verstärkt, die unsere Welt zum Besseren verändern wird – im ökonomischen, im ökologischen, aber auch im gesellschaftlichen Kontext.





Nachhaltige Sicherheit am Bau

Die Baubranche gilt als einer der größten Verursacher von Arbeitsunfällen. Dem Thema Sicherheit widmet die Doka daher seit jeher einen ihrer großen Schwerpunkte. Das Ziel: Die Baustellen unserer Kunden so sicher wie möglich zu gestalten. Die Vision: ein unfallfreier Arbeitsplatz.

SDGs



Der Ablauf einer Baustelle ist mit einer Vielzahl von Sicherheitsrisiken verbunden und daher mit einer hohen Verantwortung für alle Beteiligten. Auch wenn die Doka als Bau-Zulieferer nur indirekt Einfluss auf das Unfallgeschehen auf einer Baustelle hat, entwickelt sie immer wieder neue Produkte und Lösungen, um Risiken zu verringern und dabei die Wirtschaftlichkeit des Bauprojekts zu erhöhen.

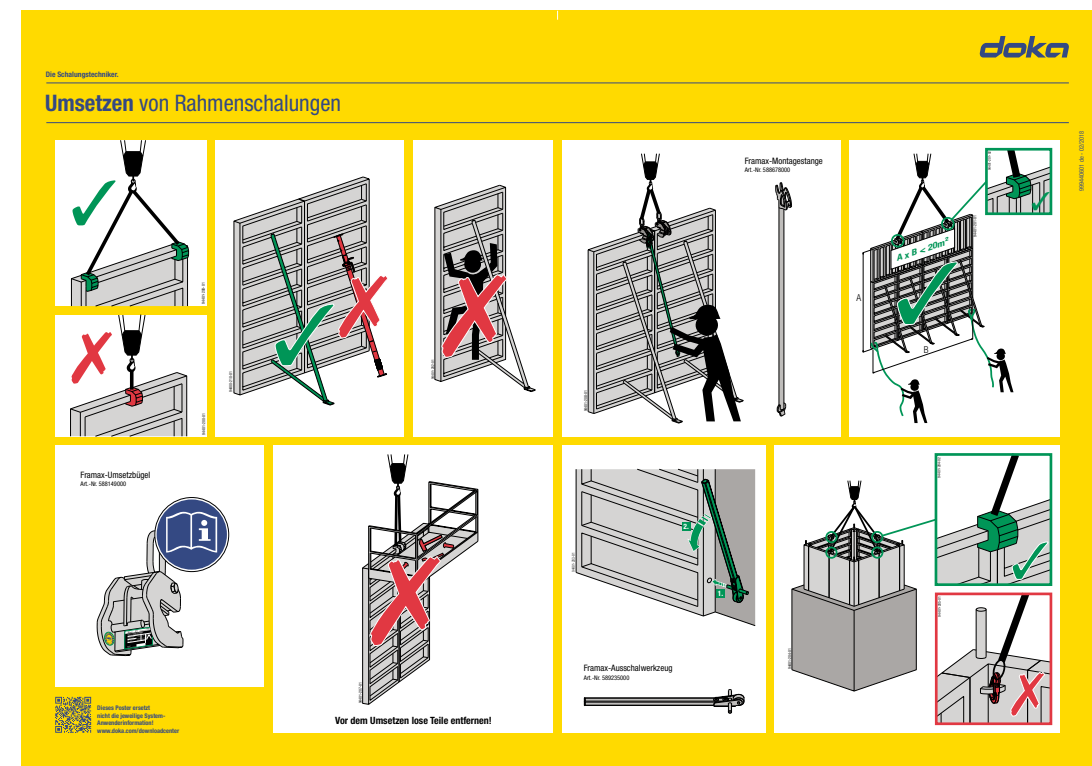
Aber auch abseits des reinen Produktportfolios ist Doka aktiv. So liegt ein Schwerpunkt auf einfach erklärten, mit Zeichnungen und Symbolen versehenen Anwenderinformationen, die für die Mitarbeiter*innen unserer Kunden auf der Baustelle leicht lesbar und verständlich sind.

Ein weiterer Fokus liegt auf der Durchführung von Kundentrainings sowie Sicherheitseinschulungen

direkt vor Ort auf der Baustelle. Aktiv bringt die Doka sich auch in internationalen Netzwerkanorganisationen ein und wirkt in Verbänden mit, die sich für die ständige Verbesserung von Sicherheitsstandards stark machen.

Investitionen in Sicherheit rechnen sich im Sinne einer nachhaltigen Betrachtungsweise gleich mehrfach: So wird die Gesundheit der Mitarbeiter*innen geschützt und deren Motivation und Wohlbefinden werden gestärkt. Reibungslose Abläufe und Prozesse sorgen für mehr Wirtschaftlichkeit. Und nicht zuletzt wird durch eine verringerte Unfallquote das öffentliche Gesundheitssystem entlastet.

Und das lässt sich sogar messen: Jede Investition, die in Maßnahmen für mehr Sicherheit am Bau getätigt wird, rentiert sich mit einem Faktor 2,2.



Parallel gilt höchste Priorität auch der Gesundheit unserer eigenen Mitarbeiter*innen. Entsprechend unserem Leitsatz „Wir werden jeden Tag besser“ möchten wir uns durch gezielte Maßnahmen kontinuierlich immer weiter verbessern.

Im Sinne einer transparenten Kommunikation werden wir diese Entwicklung zukünftig publizieren.



KPI 10

Unfallquote 3,5

Unfälle pro 100.000 Arbeitsstunden

Vorhang auf für die stillen Heldinnen und Helden 2020 bei umdasch The Store Makers

2020 hat nicht nur die Store Makers von umdasch vor große Herausforderungen gestellt und unser aller Leben aus der Bahn geworfen. Einschränkungen in vielen Lebensbereichen sind zu unserem Alltag geworden und das normale Leben von davor scheint inzwischen Ewigkeiten entfernt zu sein. Die Store Makers haben auch in dieser Situation gezeigt, aus welchem Holz sie geschnitzt sind. Jede einzelne Mitarbeiterin und jeder einzelne Mitarbeiter hat während der herausfordernden Monate des vergangenen Jahres Großartiges geleistet. Leider ist es unmöglich, die Leistungen aller im letzten Jahr hervorzuheben. Deshalb haben die Store Makers einen ganz besonderen Aufruf gestartet: Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von umdasch The Store Makers waren dazu eingeladen, ihre persönlichen Helden des Jahres 2020 zu nominieren.

Die True Heroes Kampagne

129 Mal haben sich Store Makers, verteilt über die gesamte Unternehmensgruppe, ein Herz gefasst

und einer Kollegin, einem Kollegen ihre Wertschätzung in Form einer Nominierung zum Ausdruck gebracht. Herzlich, menschlich und wertschätzend mit kollegialer Hochachtung – das hatten alle Begründungen gemeinsam. Da war es nicht einfach, unter so vielen Nominierten schlussendlich eine wahre Heldin oder einen wahren Helden auszuwählen. Deshalb sind es gleich drei Preisträgerinnen geworden sowie ein Sonderpreis für ein besonderes „Lebenswerk“ bei umdasch. Die Verleihung fand im Rahmen eines virtuellen Frühlings-Kick-offs statt, das Hunderte Store Makers vor ihren Bildschirmen live miterlebten.

Ein großes Danke an alle Store Makers von umdasch!

Ein Kollege nominierte alle umdasch Store Makers als wahre Heldinnen und Helden. Eine wunderschöne Geste, die CEO Silvio Kirchmair auch zum Anlass nimmt, die True Heroes Kampagne fortzusetzen.

Rupert Grill – True Hero „Lebenswerk“

Mit diesem Sonderpreis ehrte man Rupert Grill für sein Lebenswerk, seine 45-jährige Tätigkeit für die Store Makers. Die Organisation der Montagen am Standort in Leibnitz ist schon in normalen Jahren eine schwierige Aufgabe, aber 2020 war für Herrn Grill und sein Team eine besondere Herausforderung. Herr Grill war jeden einzelnen Tag mit Herzblut bei seinen Kolleg*innen an der Front und hat dafür gesorgt, dass unsere Projekte erfolgreich abgeschlossen werden konnten.

Rupert Grills Auszeichnung steht stellvertretend für die besondere Leistung all jener Kolleg*innen, die letztes Jahr unter erschwerten Bedingungen auf den zahlreichen Baustellen für umdasch The Store Makers unterwegs waren.

Wäre ich ein Superheld, dann wäre meine Superkraft ...
Ich hätte gern eine Superkraft, die in die Zukunft sehen kann – damit wäre die Arbeit angenehmer und besser im Voraus zu planen.



SDGs



Tita Dolonguin – True Heroine 2020

Tita ist seit fast 8 Jahren Büroassistentin der umdasch Store Makers Middle East in Dubai. Der Jobtitle beschreibt Titas Rolle nur unzureichend – „Mama Tita“ schon eher. Sie war während des Lockdowns der Dreh- und Angelpunkt im Office und hat für die Einhaltung aller Hygienemaßnahmen gesorgt.

Mit dem Gewinn werde ich ...
Ich plane, einen Teil davon für die Zukunft meiner Familie zu sparen und würde gerne in mein Heimatland, die Philippinen, reisen, sobald die Covid-19-Reisebeschränkungen nachlassen.

Wäre ich ein Superheld, dann wäre meine Superkraft ...
Ich würde gerne die Fähigkeit besitzen, die Menschen auf der Welt von Covid-19 zu heilen, damit wir alle zu unserem normalen Leben zurückkehren und bei unseren Familien in unseren Heimatländern sein können.



Isabel Rahimi – True Heroine 2020

Isabel ist seit viereinhalb Jahren Projektmanagerin in der General Contracting-Einheit von umdasch in Berlin. Sie hat im letzten Jahr das größte Projekt abgewickelt und in einem männerdominierten Umfeld brilliert. Die junge Architektin hat dabei auch nie auf jene Kolleg*innen vergessen, die sie bei ihrer Arbeit unterstützt haben.

Mit dem Gewinn werde ich ...
Ich denke, sobald es wieder möglich ist, werde ich einen netten Sommer-Grillparty mit meiner Familie und Freunden veranstalten.

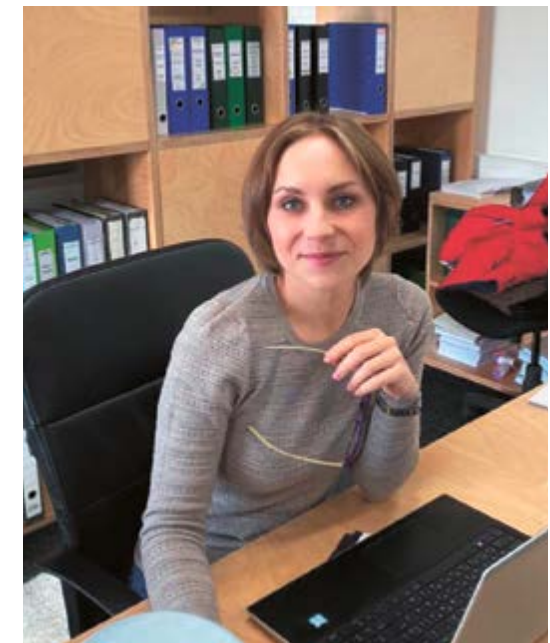
Wäre ich ein Superheld, dann wäre meine Superkraft ...
Eine nützliche Fähigkeit wäre, immer rechtzeitig die perfekte Antwort zu wissen.

Maiia Vozniuk – True Heroine 2020

Maiia Vozniuk ist seit sechs Jahren bei umdasch Store Makers in Russland und in dieser Zeit von der Produktionsarbeiterin zur Office Managerin aufgestiegen. Sie gilt als Teamplayerin, als eine wichtige Schnittstelle für Einkauf und Logistik, die unermüden Einsatz und Lernbereitschaft zeigt und stets gute Laune versprüht.

Mit dem Gewinn werde ich ...
Die Hauptausgabe wird für mich selbst sein! Einkaufen & Vergnügen! Aber ich werde das Geld auch verwenden, um mein aktuelles Englischtraining zu bezahlen und einige Geschenke für meine Lieben und einige meiner Kollegen kaufen.

Wäre ich ein Superheld, dann wäre meine Superkraft ...
Ich wäre gerne eine Superwoman: superhart, superstark und superschnell.





Arbeitszeit ist Lebenszeit

Wesentliche Schlüsselemente der Nachhaltigkeit sind die Themen Mitarbeiterzufriedenheit und Arbeitgeberattraktivität. Die Rolle von Unternehmen hat sich auch in der Hinsicht im letzten Jahrzehnt stark gewandelt. Mitarbeiter*innen verlangen heute von ihren Arbeitgebern nicht unbedingt ein „Mehr“ als früher, aber sie erwarten ein „Besser“.

SDGs



Die klassische Teilung in Arbeit und Familie/Freizeit gibt es nicht mehr. Gerade während der Corona-Krise sind diese Bereiche noch deutlich stärker miteinander verwachsen. Arbeitszeit und Lebenszeit verschwimmen. Damit einher geht der Anspruch der Mitarbeiter*innen – auch der zukünftigen – an den besten Arbeitsplatz. Ein Anspruch, der nachvollziehbar ist. Und der die Verantwortung als fürsorglicher und attraktiver Arbeitgeber verändert hat: Sie ist von einem Bestandteil der Unternehmenskultur zu einem Bestandteil der Unternehmensstrategie geworden.

Der beste Arbeitsplatz

Der Job von heute muss also mehr können als faire Bezahlung und ein gutes Arbeitsklima.

Er muss Sinn machen. Das zeigen auch viele Studien im Bereich Arbeitgeberattraktivität. Aspekte wie das soziale und ökologische Engagement des Unternehmens, die Rücksicht auf Arbeitnehmerwohl und Arbeitnehmergesundheit sowie die Erfüllung der Gemeinschaftsbedürfnisse rücken ins Zentrum des Interesses der Mitarbeiter*innen. Dazu kommt, wie sinnvoll eine Tätigkeit empfunden wird und wie die Produkte, die das Unternehmen vertreibt, hergestellt werden. Vor allem: was sie bewirken und wie sie wirken. Auf die Umwelt und die Gesellschaft.

Auch wir merken, dass unsere Aktivitäten für Umwelt und Gesellschaft bei unseren Mitarbeiter*innen positiv ankommen. „Ich bin froh, für ein Unternehmen zu arbeiten, das sich für was Sinnvolles einsetzt“, hört man immer häufiger aus den Teams. Ausmaß und Umfang des sozialen Engagements der Umdasch Group sind durchaus beträchtlich, wie etwa die KPIs auf den Seiten 149 und 151 zeigen oder die aktuellen Projekte der Umdasch Group Foundation auf Seite 148.

Auch unser ökologisches Engagement stößt auf reges Interesse innerhalb des Unternehmens. Die Reaktionen, als wir die Investition in die Photovoltaikanlage in Amstetten (Seite 168) publiziert haben, waren beeindruckend. Und auch das große Engagement der Bereiche und Menschen, die am Product Carbon Footprint (Seite 158) der Doka mitarbeiten, hat uns gezeigt, wie wesentlich diese Aktivitäten für die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter*innen sind.

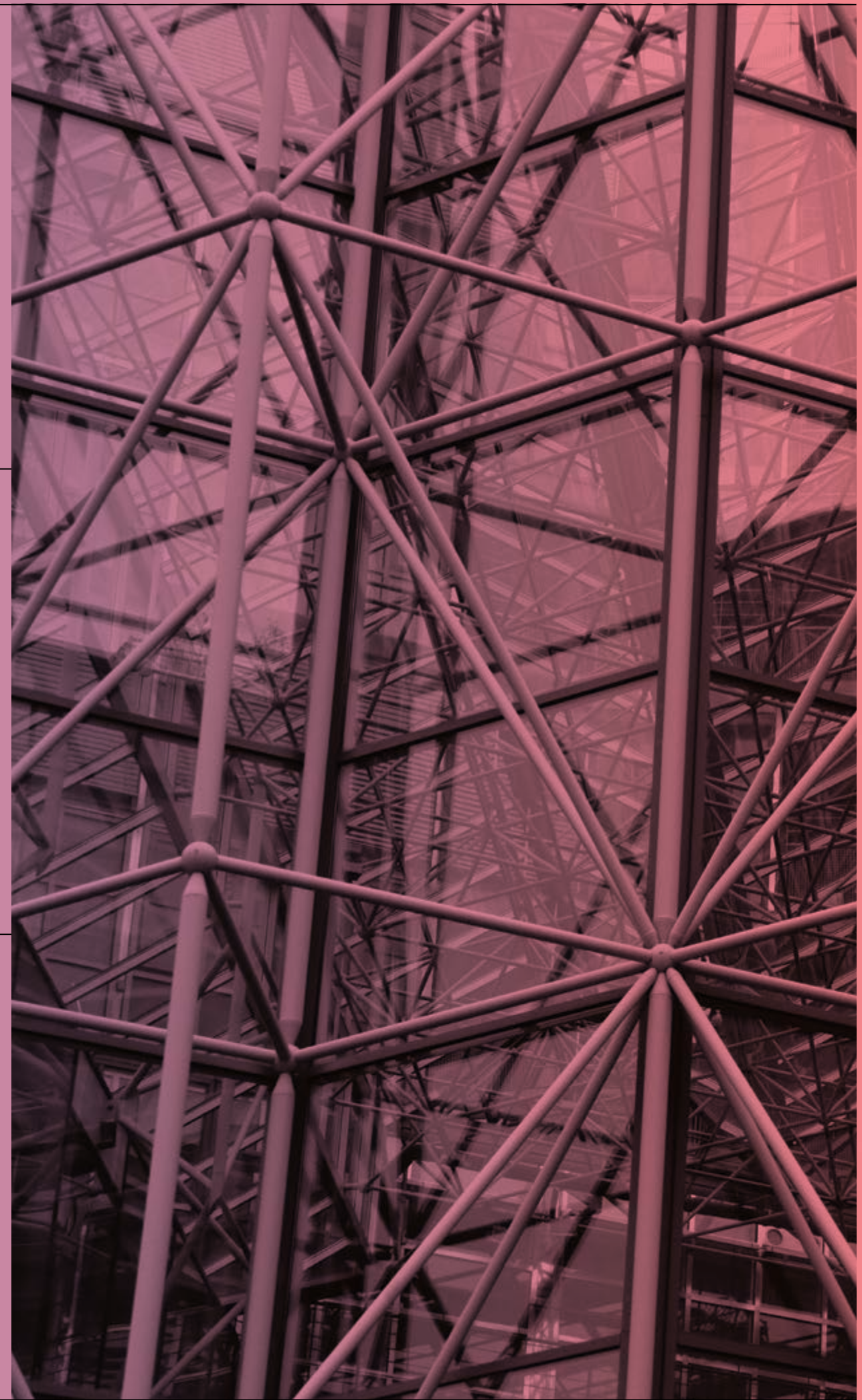
Zufriedenheit ist zukünftig messbar

Diese Zufriedenheit spüren wir, die wollen wir zukünftig aber auch messen. Nicht nur, um uns als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren. Vielmehr geht es uns darum, Feedback nicht ausschließlich auf Zuruf, sondern regelmäßig und geordnet zu bekommen. So können wir es auch gezielt bearbeiten, Schlüsse daraus ziehen und die Erkenntnisse implementieren.

Aktuell wird ein modernes Tool, das die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter*innen misst und ihr Feedback abholt, im Unternehmen installiert und etabliert. Wir möchten damit abseits der alle paar Jahre stattfindenden groß angelegten Umfragen unser eigenes Modell installieren, das uns jederzeit – und auch lokal – die Möglichkeit gibt, die Stimmung abzufragen. Und unseren Mitarbeiter*innen auch vermittelt: Uns ist wichtig, wie es euch geht.

Unsere Partner

Wir sind nicht der Nabel der Welt. Wir sind Teil eines Ökosystems, zu dem wir das beitragen, von dem wir glauben, dass es unsere Welt positiv zu verändern vermag. Gemeinsam mit unseren Mitarbeiter*innen, Kunden und Partnern wollen wir so eine gerechte, ressourcenschonende und für alle erfolgreiche Zukunft forcieren.



And the winner is ... Josef Umdasch Forschungspreis geht nach Rumänien

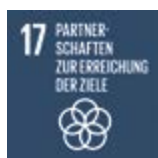
Fünf Finalistinnen und Finalisten traten im April in einem Online-Pitch vor die diesjährige Jury des Josef Umdasch Forschungspreises. Auf die Fragestellung der Umdasch Group Ventures nach „Artificial Intelligence & Computer Vision“ hatten sich im Vorfeld aus 87 Registrierungen und 41 Ländern 17 Shortlist-Nominierungen und schlussendlich fünf Kandidat*innen-Teams herauskristallisiert. Im Rahmen des globalen WSA-Kongresses, der heuer erstmals zur Gänze online stattfand, wurde im April der Sieger ermittelt:

Josef Umdasch research prize

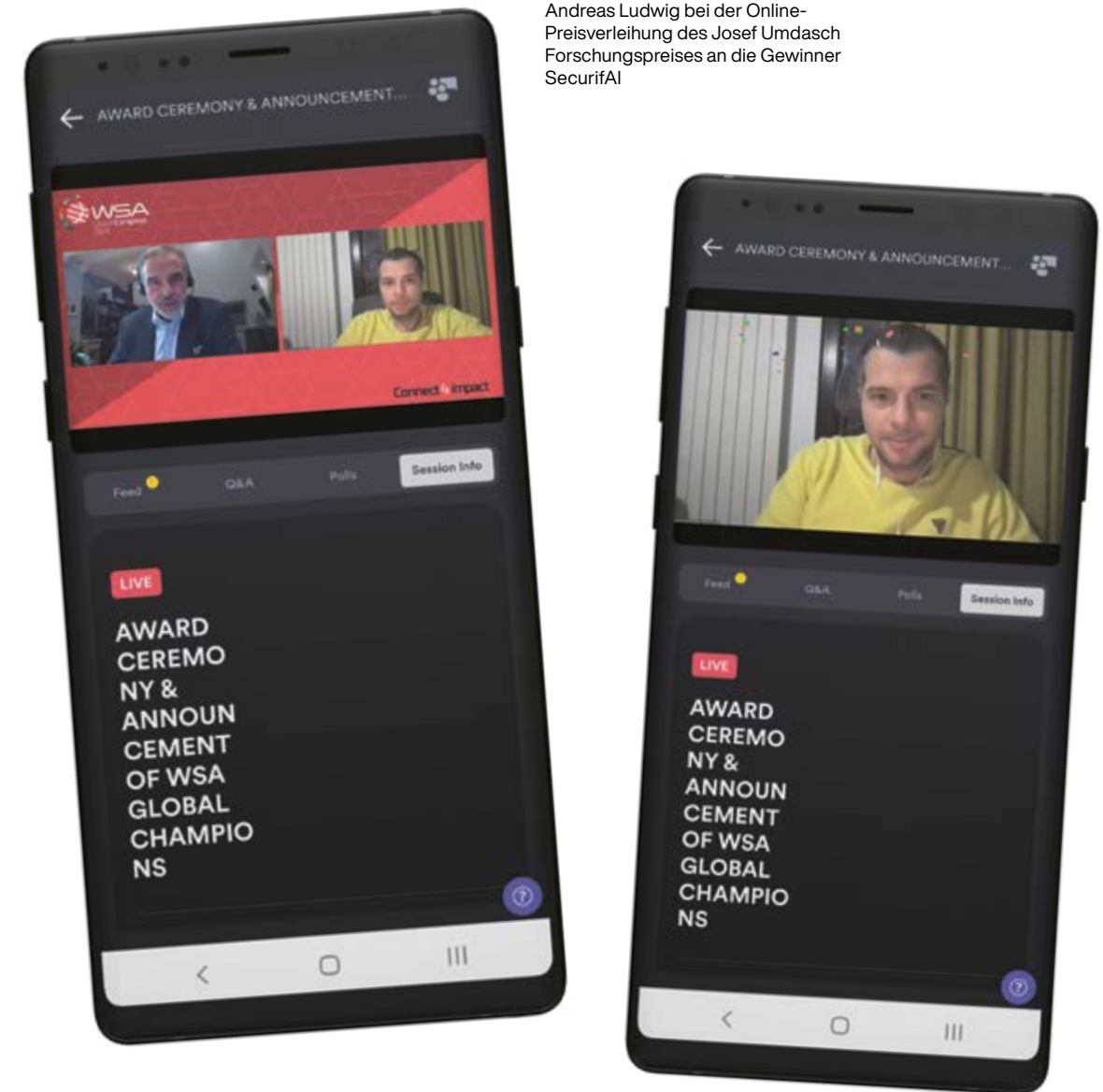
Der Josef Umdasch Forschungspreis

Seit 1990 gibt es ihn bereits, den Josef Umdasch Forschungspreis. Gewidmet wurde er von den Eigentümern Hilde Umdasch und Alfred Umdasch in Andenken an ihren Vater Josef. Seit 2018 steht der Preis auf ganz neuen Beinen. Die Umdasch Group setzt seither auf das weltweite WSA-Netzwerk, um in einer internationalen Ausschreibung Start-ups dazu aufzufordern, ihre nachhaltigen Ideen für bestimmte Aufgabenstellungen aus der Unternehmensgruppe einzureichen. Jedes Jahr definiert ein anderes Unternehmen der Umdasch Group die Fragestellung, 2020 war es die Umdasch Group Ventures.

SDGs



Andreas Ludwig bei der Online-Preisverleihung des Josef Umdasch Forschungspreises an die Gewinner SecurifAI



Der Preis geht in diesem Jahr an SecurifAI aus Rumänien

Das Team rund um Co-Founder und CTO Radu Ionescu hat eine Software entwickelt, die imstande ist, via Kamera Abnormalitäten zu erkennen. Das Start-up ist der Jury durch seine außergewöhnlich fortschrittliche Technologie aufgefallen. Punkten konnte das rumänische Team außerdem mit den breiten Anwendungsmöglichkeiten. So etwa erkennt die Software, ob auf einer Baustelle alle Personen Helm und Sicherheitsausrüstung tragen.

Die Expertinnen und Experten waren sich schnell einig: SecurifAI (<https://tdemo.securif.ai/>) wollen wir weiter kennenlernen. Ein Team der Umdasch Group Ventures wird sich der Aufgabe widmen, wie wir die zukünftige Zusammenarbeit gestalten wollen. Der Preis sieht nämlich vor, dass das Gewinner-Team den Auftrag erhält, seine Idee umzusetzen.

Bei der Gelegenheit ein kurzer Rückblick auf die Gewinner der letzten Jahre:

2018, im Jahr des 150-jährigen Bestehens der Umdasch Group, wurde der Preis gleich dreimal vergeben – an Jingle, ein Start-up im E-Commerce-Bereich, haben wir uns sogar beteiligt. Mit Polycular arbeiten wir seither an einem digitalen On-Boarding-Prozess für unsere neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, und mit Kewazo, einem deutsch-russischen Start-up der Baubranche, sind wir aktuell wieder in Gesprächen.

Evocco, den irischen Gewinner aus dem letzten Jahr, hatten wir im Herbst zu einem großen Auftaktworkshop mit unseren digitalen Retailexperten nach Österreich geladen. Corona hat uns hier vorübergehend etwas eingebremst, genau wie bei dem Sieger aus 2019 – Cupp aus Kanada. Aber auch hier werden wir wieder aktiv, sobald ein Reisen wieder möglich ist.

LERNEN MACHT SCHULE	240 Kinder & Jugendliche
BIG BROTHERS BIG SISTERS	256 Kinder & Jugendliche
CARITAS LERNCAFÉS	2200 Kinder & Jugendliche
TEACH FOR AUSTRIA	1230 Kinder & Jugendliche
BETA CAMPUS Waidhofen	150 Schüler*innen
WHATCHASKOOL	1000 Schüler*innen
CARITAS PREWORK	30 Schüler*innen
TALENTE! FÜR MORGEN	1000 Schüler*innen
VEREIN SPRINGBOARD	50 Schüler*innen
AMSTETTNER KINDERHILFE-LAUF	11 Kinder


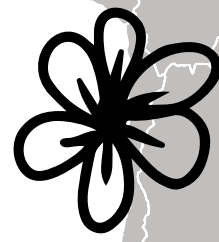
OÁZA STUDIO - PRAG, TSchechien	13 Kinder & junge Erwachsene
ASOCIATIA PENTRU EVOLUTIE ROTAS - TUNARI, Rumänien	2 Kinder
CHRISTKIND AUS DER SCHUHSCHACHTEL - Rumänien (Verein OÖ Landlerhilfe)	60 Kinder

KINDERKRANKENHAUS - ENTEBBE, Uganda	80 Patient*innen
OMO CHILD - OMO TAL, Äthiopien	4 Kinder
FAHARI FOUNDATION CENTRE - MTWAPA, Kenia	11 Jugendliche
EMMANUELO BASIC SCHOOL - ACCRA, Ghana	230 Schüler*innen
SOS CHILDREN'S VILLAGES - BEIRUT, Libanon	4 Jugendliche
RENA SCHULE - SPITI TAL, Indien	100 Schüler*innen



CASCADES ACADEMY - OREGON, USA	20 Schüler*innen
--------------------------------	------------------

FUSSBALLSCHULE „ESCOLA DE FUTEBOL MATHIAS“ - SÃO PAULO, Brasilien	50 Kinder & Jugendliche
---	-------------------------


 Die Umdasch Group Foundation

Die Umdasch Group Foundation hat Bildung zum Inhalt. Ihr Impact beschreibt sich anhand der Entwicklungen jedes einzelnen jungen Menschen, den wir fördern. Daher sind wir in sämtliche Projekte aktiv involviert. Das macht unser Engagement zielgerichtet, maximiert die Wirksamkeit für die Kinder und Jugendlichen und garantiert die Effizienz der eingesetzten Ressourcen.

SDGs

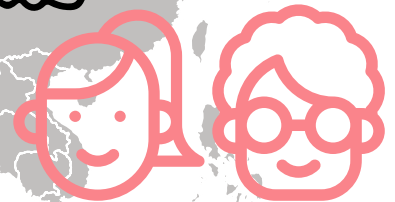


ABC

123



KPI 11



Ausgaben für Gesellschaft & Soziales

€ 680.568



© Manfred Horvath

Von Nähe und Distanz

Seit 2016 steht jungen Müttern und Vätern aus der Belegschaft der Umdasch Group in Amstetten, die nach der Karenzzeit wieder direkt in ihren Job einsteigen, eine Kinder-Tagesstätte in unmittelbarer Nähe zum Arbeitsplatz zur Verfügung. Oberstes Gebot im kleinen, feinen Umdasch Nest ist, den kleinen Gästen eine liebe- und vertrauensvolle Betreuung zukommen zu lassen. Daran hat auch die Corona-Pandemie nichts geändert.

SDGs



Im großzügig angelegten Umdasch Nest tumeln sich an normalen Tagen 15 Minis im Alter von ein bis drei Jahren. Die Öffnungszeiten sind großzügig – von 7.00 bis 18.00 Uhr – damit die Eltern nicht unter Druck kommen. Die Betreuung ist es mit drei Pädagoginnen und zwei Betreuerinnen ebenso. Der erste Lockdown war auch für das Umdasch Nest ein Cut. Es musste für einige Wochen geschlossen werden. Um nicht Gefahr zu laufen, in diesem Zeitraum das geduldig aufgebaute Vertrauensverhältnis zu den betreuten Kleinkindern zu verlieren, hielt man mit den Eltern Kontakt per Mail und Telefon und machte kurzerhand eine Eltern-Kind-Zeitung, mit Fotos von den Nest-Betreuerinnen und vielen Spielen, Bastelideen und Liedern.

Anfang Mai 2020 wurde wieder gestartet, vorerst nur bis 12.00 Uhr. In dieser Zeit war vieles anders: Es waren wenige Kinder im Nest, Neuanfänge wurden auf später verschoben und Kindergartenanfänger konnten nicht wie gewohnt feierlich verabschiedet werden. Man machte laufend Bedarfserhebungen, welche Kinder am nächsten Tag hier sind und welche nicht. Die Kantine, die normalerweise die Tagesstätte mit Jause und Mittagessen versorgt, war gesperrt und die Eltern mussten selber das Essen für ihre Kinder mitbringen. Aber sie waren dankbar, dass sie die Kinder trotz Home-Office vorbeibringen konnten. Die Doppelbelastung ist doch enorm. Seit September herrscht im Nest wieder Normalbetrieb.

Wo im Umdasch Nest während der Pandemie die Prioritäten liegen

Schwierig ist, dass die Eltern nicht mehr mit ihren Kindern in den Gruppenraum dürfen, sondern sich in der Garderobe von ihnen verabschieden müssen. Da gab es anfangs viele Tränen. Die Maske wird von den Betreuerinnen im Kontakt mit den Eltern getragen. Mit den Kindern nicht. Obwohl die fünf Damen wissen, dass Kinder ebenfalls Überträger des Virus sind, verzichten sie darauf. Es ist ihnen wichtiger, dass ihre Schützlinge ihre Mimik sehen. Dafür lassen sie sich täglich testen. Die Maske würde die Kinder zwar nicht mehr erschrecken, aber sie brauchen Mimik und Gestik für ihre Entwicklung. Auch das Abstandhalten geht nicht hundertprozentig. Trösten und Streicheln geht vor. Das oftmalige Lüften hingegen wurde durch das Aufhängen von Windspielen für die Kinder richtig interessant gemacht.

Und natürlich ist die kleine Gruppe seit Corona auch vermehrt im Freien. Im Ziehewagerl geht es für Tierbeobachtungen zum Bauernhof in der Nähe mit Pferden, Schafen und Hühnern, zum Spielplatz oder zur Ybbs, um am Fluss die Enten zu besuchen. Es werden Picknicks gemacht und es wird viel im großen Garten gespielt. Und sollte einer der kleinen Gäste trotz des interessanten Programms plötzlich Mama oder Papa brauchen, sind diese gleich ums Eck erreichbar.

KPI 12



Freiwillige
Sozialleistungs-
quote € 2.579

Freiwillige Sozialleistung (€)
Anzahl Mitarbeiter*innen

Ton läuft, Kamera läuft – und Action!

Das neue Doka Broadcasting Studio für grenzenlose Kommunikation

Nein, es geht in diesem Beitrag nicht um Show. Es geht vielmehr um einen Meilenstein der Doka Kommunikationsgeschichte. Nach nur wenigen Wochen Projektzeit ging im Jänner dieses Jahres das neue Broadcasting-Studio in Betrieb. Seine Premiere feierte es mit dem großen internationalen Doka-Strategieauftakt.

Im Spätherbst letzten Jahres stand endgültig fest: Der traditionell im Jänner stattfindende Doka-Strategieauftakt, ein mehrtägiges Zusammenreffen von etwa 200 Führungskräften, würde Corona-bedingt nicht stattfinden können. Zugleich war das der Startpunkt eines Projekts, das binnen kürzester Zeit aus einem ungenutzten Kellerraum ein top-ausgestattetes Aufnahme- und Sendestudio machte.

Es fällt nicht leicht, Covid-19 etwas Gutes abzugewinnen. Wenn doch, dann ist es die Erkenntnis, welche ungeahnte Möglichkeiten die Digitalisierung

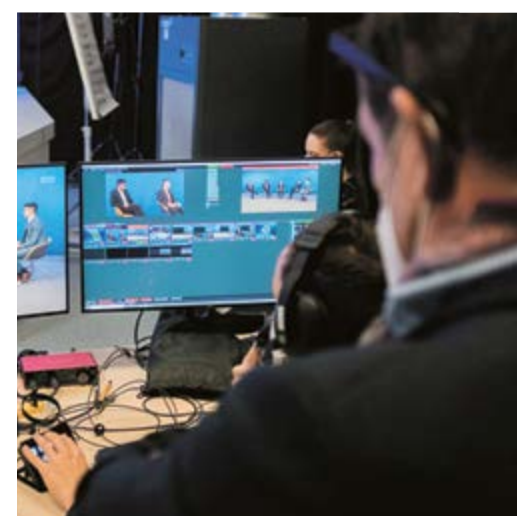
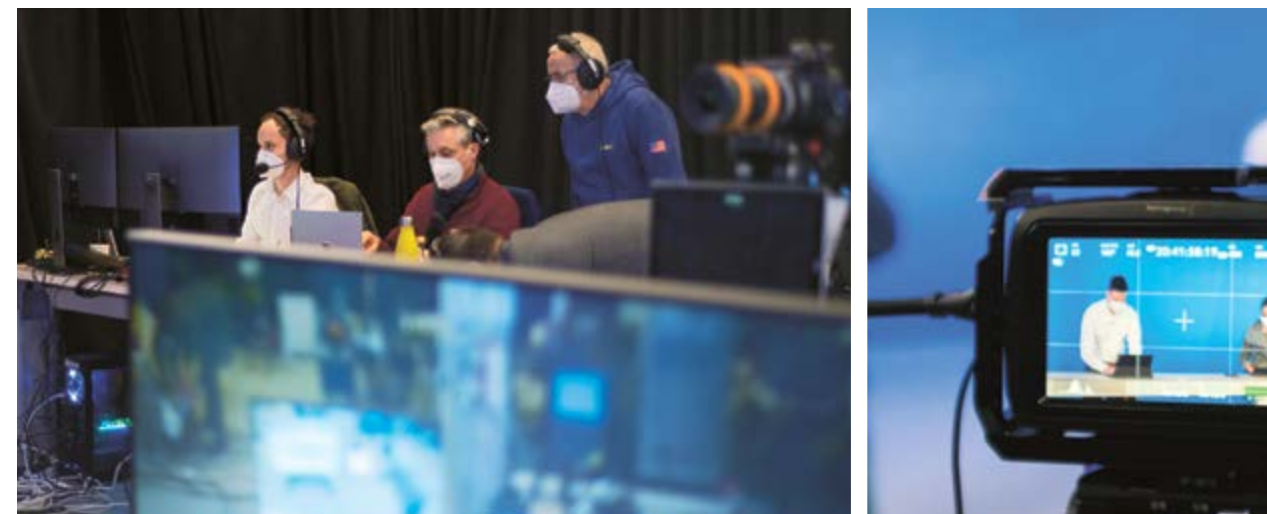
uns bietet. Möglichkeiten, die bisher brachlagen, weil die Notwendigkeit zur Nutzung nicht gegeben war. Nun war sie da, die Notwendigkeit. Der Bedarf war groß: Corona-Krisenkommunikation in mehr als 70 Ländern auf 5 Kontinenten gleichzeitig. Eine Herkules-Aufgabe, die nur mittels modernster Technologien zu lösen war.

Blitzschnell hat sich das Doka-Studio als Leitmedium der Kommunikation etabliert. Es ermöglicht uns, sowohl regelmäßige und geplante als auch Ad-hoc-Informationen schnell, unkompliziert, zielgenau und doch in hoher Leistungsqualität über Amstetten hinaus zu teilen. Vice versa ermöglicht die Technik auch, externe Beiträge einzubinden. Somit ist das Studio nicht nur ein Sendeplatz der internen Kommunikation, sondern auch ein professioneller Collaboration-Kanal mit unseren Kunden.

Die Eckpunkte

- High Definition (HD) Audio und Video
- 2 Kameras – flexibel und/oder fix
- 10 kabellose Studio-Mikrofone
- Einschaltung von bis zu 4 externen Sprechern
- Professionelles Licht-Set-up
- Akustik in Tonstudioqualität
- Videoaufnahme & Live-Stream
- Exklusive Internetanbindung
- Broadcast intern via Microsoft Teams und Microsoft Stream
- Broadcast extern via Facebook Live, YouTube Live, Webcast Live, LinkedIn Live, Vimeo Live
- Webinare & Trainings via Adobe Connect
- 2 Aerosol-Luftreinigungsmaschinen

SDGs



Eine nachhaltige Masterarbeit



„[...] wollen wir unsere Ressourcen auch für künftige Generationen sinnvoll sichern, führt kein Weg an einem effizienteren und schonenderen Umgang damit vorbei. Dabei spielen Wiederverwertung und Recycling eine

bedeutende Rolle, denn jede Ressource, die nicht verloren ist, sondern dem Wirtschaftssystem in Form von Sekundärrohstoffen rückgeführt wird, ist eine wertvolle.“ (Roth, 2016)

Nach einer Betriebsbesichtigung mit seiner HTL-Klasse und einem darauffolgenden sechsmonatigen Praktikum startete Tobias Gschneidner schließlich neben seinem Studium an der Boku Wien eine Teilzeitbeschäftigung in der Doka-R&D. Das vierjährige Engagement gipfelte im Jänner dieses Jahres in einer herausragenden Masterarbeit. Der Titel: Werkstoffliche Recyclingkonzepte für Schalungsplatten aus kunststoffbeschichtetem Sperrholz. Tobias dazu: „Die Idee kam von einem Doka-Kollegen. Ich fand das Thema sofort spannend, denn es schneidet Recht, Technik, Ökonomie und Ökologie an.“

Der hohe Holzanteil unserer Schalungsplatten zur Speicherung von CO₂ und die Kunststoffbeschichtung, die deren Lebensdauer deutlich verlängert, sprechen für ihre Nachhaltigkeit. Im Sinne einer gesamtheitlichen Kreislaufwirtschaft ist es aber auch nötig, sich die Verwertung am Ende des Lebenszyklus anzusehen. Die Diplomarbeit von Tobias hat genau das gemacht.

Das in der Arbeit vorgestellte Anlagenkonzept geht von einem jährlichen Recyclingvolumen von 80.000 m² an einem Standort im Einschichtbetrieb aus. Nächster Schritt: eine Detailentwicklung nach ökonomisch-ökologischen Gesichtspunkten.

SDG



Compliance gets digital

Über 70 Länder, genauso viele Gesetzgebungen und noch viel mehr Kulturen – Bedeutung und Anforderung an eine integrierte und etablierte Compliance-Organisation wachsen mit dem Unternehmen. Je größer die Umdasch Group wird, desto bedeutsamer wird ihr Anspruch an ein gemeinsames Verständnis zur Einhaltung von Gesetzen, Regelungen und ethischen Kodizes.

Bereits vor vielen Jahren hat die Umdasch Group weltweite Normen festgelegt, die uns als Regelwerk und Leitlinie für verantwortungsvolles Handeln dienen:

- Verhaltenskodex – regelt unsere weltweiten Standards für interne und externe Zusammenarbeit
- Quick Guide – veranschaulicht die wesentlichen Fokusthemen Anti-Korruption, Kartellrecht und Exportkontrolle
- Compliance-Ordnung – definiert Leitbild, Befugnisse, Verantwortungen und Tätigkeiten der Compliance-Organisation
- Ethics Line – anonymisierter Whistleblower-Kontakt mit unserer Compliance-Organisation
- Compliance-Trainings – für alle Mitarbeiter*innen der Umdasch Group

Digitalisierung steigert Qualität, Durchdringung und Bewusstsein

In den letzten beiden Jahren wurde das interne Schulungsprogramm neben weiterhin stattfindenden Präsenzs Schulungen um E-Learning erweitert. In 27 Sprachen werden Mitarbeiter*innen der Umdasch Group seither auch online mit unseren Richtlinien vertraut gemacht und auf regelkonformes und wertebasiertes Verhalten trainiert. Das E-Learning Programm besteht aus zwei Modulen – wobei das Basismodul alle zwei Jahre wiederholt wird, das Intensivmodul, das für Rollen mit erhöhtem Compliance-Risiko entwickelt wurde, jährlich.

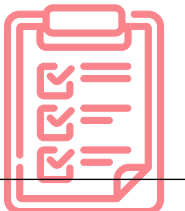
SDGs



KPI 13

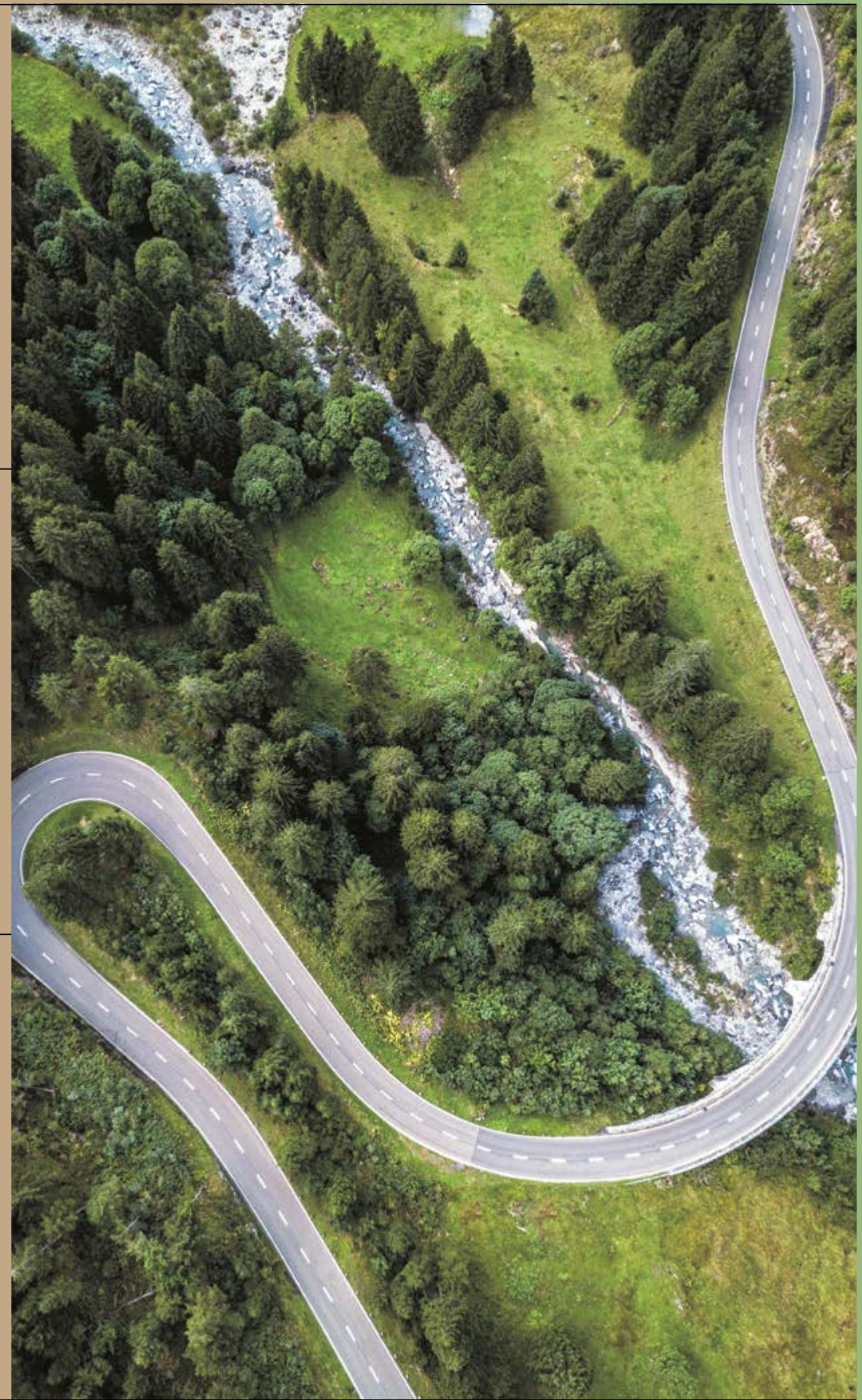
Compliance Rate 57 %

$$\frac{\text{Anzahl Compliance-geschulte Mitarbeiter*innen}}{\text{Anzahl Mitarbeiter*innen}}$$



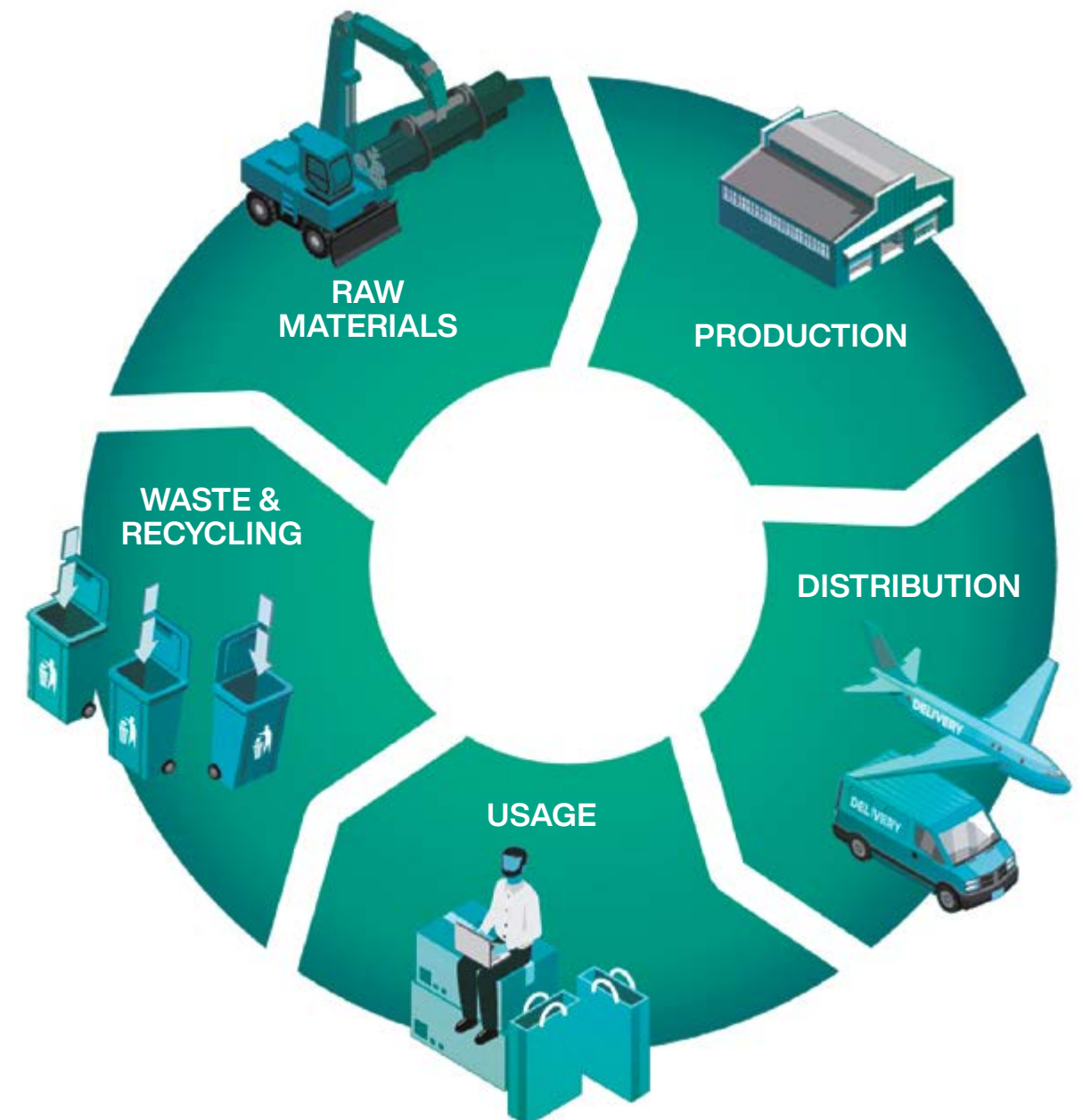
Unsere Umwelt

Im Sinne einer nachhaltigen Unternehmensstrategie betrachten wir unsere Umwelt als Stakeholder. Eine ausgeglichene Balance zwischen Geben und Nehmen ist die Basis jeder guten Partnerschaft. Das gilt auch für unsere Beziehung zu Umwelt und Natur: Wir entnehmen und verbrauchen Ressourcen. Im Gegenzug übernehmen wir die Verantwortung, alle wesentlichen Bereiche und Prozesse auf ihre ökologische Effizienz hin zu optimieren und ständig weiterzuentwickeln.



Ein Meilenstein der Doka Nachhaltigkeit – der Product Carbon Footprint

Unser unternehmerisches Handeln wirkt. Das ist gut, denn wir wollen Produkte und Lösungen entwickeln, die unseren Kunden Nutzen bringen und am Markt etwas bewegen. Unser Tun wirkt aber auch auf die Umwelt. In der jüngsten Vergangenheit rückt neben der ökonomischen die ökologische Betrachtungsweise ins Zentrum unternehmerischer Überlegungen: Welchen Einfluss hat unsere Tätigkeit auf die Natur? Wie nachhaltig gehen wir mit den eingesetzten Ressourcen um? Wie groß ist der CO₂-Fußabdruck, den wir der nächsten Generation hinterlassen?



In ihren Überlegungen, die größtmöglichen Wirkungshebel zu betätigen, hat sich die Doka entschieden, als Basis für ihre CO₂-Ziele einen Product Carbon Footprint zu erstellen. Hört sich leicht an – ist es aber nicht. Die Doka verfügt über ein Produktportfolio von über 6.000 Artikeln, viele davon setzen sich aus einer Vielzahl weiterer Bestandteile zusammen. Um zu erahnen, welche Monsteraufgabe hinter dieser Vision steckt, vielleicht zuerst eine Erklärung: Was genau ist ein Product Carbon Footprint? Und wozu dient er?

Im Laufe des Lebenszyklus eines Produkts entstehen Treibhausgasemissionen. Die sogenannte „Cradle-to-Grave“-Betrachtung misst diese Emissionen pro Phase, die das Produkt durchlebt. Dabei geht sie von der Gewinnung der Ressourcen über die Herstellung von Vor- und Endprodukt und endet nicht etwa, wenn das Produkt das Unternehmen verlässt. Das wäre für die Doka viel zu kurz gegriffen. Ihr Geschäftsmodell umfasst nicht nur den

Verkauf von Schalung, sondern zu etwa 50 % auch deren Vermietung. Das ist per se ein nachhaltiges Geschäftsmodell. Die Schalung muss robust und qualitativ hochwertig sein, um jahrzehntelang den Belastungen auf Baustellen standhalten zu können. Jedoch fällt im Laufe der vielen Jahre, in denen eine Doka-Schalung auf den Baustellen arbeitet, CO₂ an. Etwa beim Transport der Ware von der Niederlassung zum Kunden und retour. Oder wenn die Schalung in einem anderen Land benötigt wird. Oder beim Reinigen und Sanieren. Der Product Carbon Footprint bezieht neben Ressourcengewinnung und Herstellung auch die aktive Nutzungsphase bis ans Ende der Lebensdauer mit ein. Denn das Lebensende vieler Doka-Produkte ist der Beginn für neue Produkte. Unsere Metalle werden wiederverwertet und sparen so die Primärproduktion ein. Holz wird thermisch genutzt und substituiert fossile Energieträger oder wird zur Stromproduktion verwendet.

SDGs



2019 haben wir im Integrierten Geschäftsbericht darüber informiert, dass wir all unsere Produkte hinsichtlich ihrer Klimarelevanz im gesamten Lebenszyklus bewerten wollen. Die Bewertung der Produktionsphase, diese umfasst die Herstellung der Rohstoffe und Vorprodukte sowie die Produktion der Schalung selbst, ist mittlerweile abgeschlossen.



Ein Teil der Produktvielfalt des Product Carbon Footprint im Doka-Forum

Die Doka geht aufs Ganze

Nun gehen wir den entscheidenden Schritt weiter. Aktuell arbeiten wir an der Nutzungsphase unserer Schalungselemente. Die gliedert sich in vier Bereiche:

1. Auslieferung von der Produktion in Amstetten in die Zentrallager
2. Auslieferung von den Zentrallagern in die Niederlassungen
3. Transport zum Kunden und Rücktransport in unsere Niederlassungen
4. Reinigung und gegebenenfalls Wartung der Schalungselemente

Ein exzellentes Controlling macht's möglich

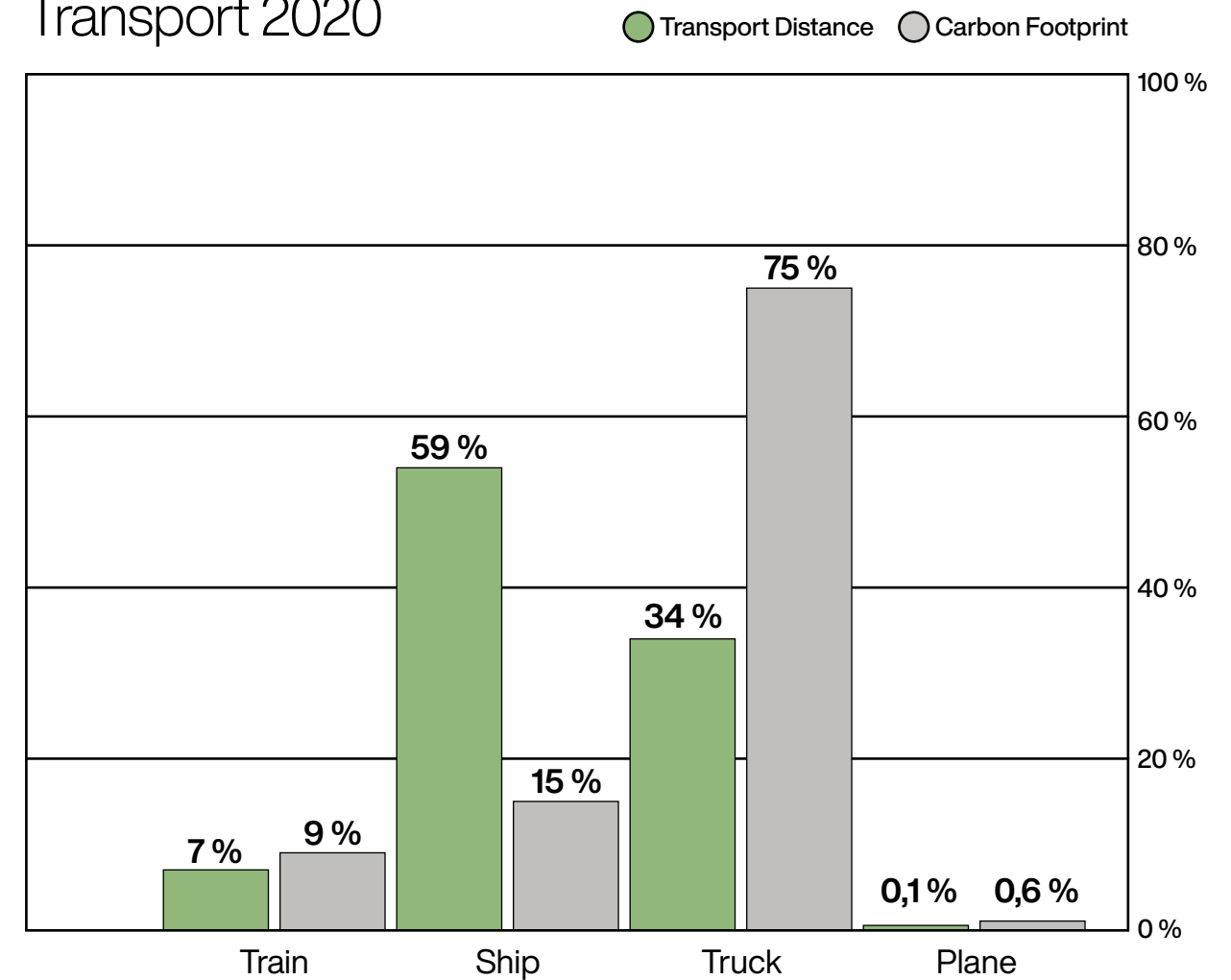
An der Stelle stößt man an die Grenzen des klassischen Projektmanagements. Jetzt ist das Controlling gefragt, denn an dieser Stelle taucht man ab in eine Landschaft aus Zahlen, Daten, Excel-Formeln und Access-Anwendungen. Wir staunen und sind dankbar, denn ein tiefer Blick in die Systeme beinhaltet schon in weiten Teilen die Auswertungen, die wir für die Berechnungen der Transportemissionen brauchen: gefahrene Kilometer, Tonnagen, Transportmittel, Anzahl der Transporte. Mit den entsprechenden Emissionsfaktoren hinterlegt können wir für Bereich 1 – Auslieferung von der Produktion in Amstetten in die Zentrallager – und Bereich 2 – Auslieferung von den Zentrallagern in die Niederlassungen – die entsprechenden CO₂-Äquivalente bereits ermitteln. Ein weiterer Meilenstein ist geschafft.

Fazit 2020

Im Jahr 2020 haben wir unsere Produkte 37 Mio. Kilometer weit transportiert. Der Seetransport hatte dabei einen Anteil von 59 %, er verursacht aber nur 15 % der Treibhausgasemissionen unserer Transporte. Die Lieferungen auf der Straße machen 34 % der Transportentfernung aus, am Carbon Footprint für Transporte haben sie aber einen Anteil von 75 %. Die ökologischen Vorteile des Transports per Bahn sowie die Nachteile der Luftfracht sieht man ebenfalls deutlich, auch wenn diese beiden Transportmodalitäten bei uns keine große Relevanz haben. (Siehe Grafik Seite 163)



Transport 2020



Der Weg ist das Ziel

Im nächsten Schritt wird die Nutzungsphase um Bereich 3 – die Transporte an den Kunden bzw. vom Kunden retour – sowie Bereich 4 – Reinigung und Wartung – ergänzt. Ebenso werden die CO₂-Emissionen bei der Verwertung bzw. Entsorgung am Ende des Lebenszyklus der Schalungselemente ermittelt. Die daraus abgeleiteten Analysen werden unseren Produktentwicklern Aufschluss darüber geben, wie wir die Umweltauswirkungen unserer Produkte immer weiter verringern können.

Parallel zum Product Carbon Footprint unserer Schalungselemente berechnen wir auch den Corporate Carbon Footprint des Unternehmens, um einen Überblick unserer gesamten Treibhausgasemissionen zu erhalten. Im Vergleich zum Product Carbon Footprint bilanziert er nicht nur produktbezogene, sondern unternehmenseigene Treibhausgasemissionen – etwa aus dem Energieverbrauch oder durch Dienstreisen.

Die Königsdisziplin der Nachhaltigkeit

Spätestens beim Product Carbon Footprint trennt sich die Spreu vom Weizen. An der Stelle zeigt sich, ob Nachhaltigkeit mit Ernst und Nachdruck in die Prozessgestaltung einfließt – oder doch lediglich in den Marketingplan. Die Doka geht den seriösen Weg. Das Projekt hatte seinen Startpunkt im Herbst 2019. Seither ist viel Aufwand und Anstrengung in das Projekt geflossen. Damit deckt die Doka die wachsende Nachfrage ihrer Kunden nach klimafreundlicheren Produkten, Lösungen und Prozessen.

Transporte der Zukunft

Im vorangegangenen Artikel wird die Thematik bereits beleuchtet: Der weltweite Einsatz der Doka-Schalung bedingt Transporte, die einen hohen Anteil an den Treibhausgasemissionen unserer Produkte ausmachen. Wie hoch, darüber wird uns in wenigen Monaten ein umfangreicher Product Carbon Footprint Auskunft geben.

Doka hat weltweit Niederlassungen, somit können wir unseren Kunden auf allen Erdteilen unsere Produkte und Services regional anbieten. Internationalität und Globalität sind also Teil unseres Geschäftsmodells. Damit verbunden ist ein entsprechendes Transportaufkommen. Grund genug, um darüber nachzudenken, wie wir dieses in Zukunft klimafreundlicher und umweltschonender gestalten können.

Fest steht, dass wir viele Maßnahmen brauchen, um die Treibhausgase, die durch den internationalen Warenverkehr entstehen, verringern zu können. Überall in der Doka gibt es bereits kleinere und größere Initiativen, die genau das zum Ziel haben.

Smarte zentrale Logistik

Die Doka setzt für innereuropäische Warenlieferungen weitestgehend auf LKWs. Durch die Warenversorgung von den Produktionswerken zu den Distributionszentren und Niederlassungen entsteht ein weltumspannendes Netzwerk. Um die Umweltbelastung möglichst zu reduzieren, besteht bereits eine zentrale Anforderung an die Fracht-Dienstleister, emissionsarme Fahrzeuge der Klasse Euro 6 einzusetzen. Das ist die Klasse mit der modernsten Motorentechnologie.

Transportauslastung erhöhen

Das Ladevolumen – sei es auf LKWs oder Containern – optimal zu nutzen, ist ein ständiges Bestreben. Das hat neben ökologischen Vorteilen auch ökonomische: Teillieferungen kosten auch richtig Geld. Von der Zentrale ausgehend ist der LKW-Auslastungsgrad durch langjährige bewusstseinsbildende Maßnahmen mit etwa 90 % sehr hoch. Dennoch soll diese Kennzahl in den nächsten Jahren auf 95 % gesteigert werden. Das soll auch durch entsprechende Routenoptimierungsprogramme erreicht werden.

Ein letzter Puzzlestein

Wie im vorangehenden Artikel beschrieben, ist der Transport von unseren Niederlassungen zu den Kunden und von dort retour zur Reinigung und Sanierung noch ein letzter Puzzlestein bei der Ermittlung des Product Carbon Footprints der Doka. Ein Projekt beschäftigt sich aktuell mit der Schaffung einer Basis für die einheitliche europaweite Nutzung von Transportaufträgen.

Die Vision: Zukünftig soll für jeden Kunden auf den Lieferdokumenten nachvollziehbar sein, welchen CO₂-Ausstoß der Transport unserer Güter verursacht hat. Wir schaffen somit die Voraussetzung, zukünftig nicht nur nach wirtschaftlichen, sondern auch nach Umweltaspekten Entscheidungen zur Warenverteilung und Bevorratung unserer Standorte zu treffen.

Transportauslastung erhöhen

Gemeinsam mehr erreichen – unter diesem Motto ist die Doka seit 2020 Mitglied beim Council Nachhaltiger Logistik „CNL“. Der Zusammenschluss von Transport-Dienstleistern und Firmen mit großem Transportaufkommen hat sich in mehreren Schwerpunkten zum Ziel gesetzt, Logistik nachhaltiger zu gestalten. Zum Beispiel durch die Forcierung alternativer Antriebsformen wie Wasserstoff.

Doka Schweden in der Vorreiterrolle

Haben Sie schon mal von HVO gehört? HVO – Hydrotreated Vegetable Oils – sind Pflanzenöle, die eine umweltfreundliche Alternative zu fossilen Kraftstoffen darstellen.

Im Rahmen der Umweltzertifizierung hat die Doka Schweden sich verpflichtet, die Auswirkungen ihrer Tätigkeit auf die Umwelt zu erfassen, ihre Entwicklung zu messen und Ziele zur kontinuierlichen Verbesserung zu setzen. In Schweden kommt von Kundenseite ein deutliches Signal zur Reduzierung von CO₂. Und unsere Kolleg*innen dort wissen, dass der effektivste Weg dorthin nur über klimafreundliche Transporte führen kann. Ein Lösungsansatz: HVO100 – Biosprit, der in sämtlichen Transporten der Doka Schweden seit 2021 zum Einsatz kommt.



Die vier Frachtunternehmen, die für Doka im Einsatz sind, haben nach anfänglichem Zögern der Bedingung zugestimmt, zukünftig ausschließlich HVO100 einzusetzen. Rahmenbedingungen wurden aufgesetzt, die auch entsprechende Nachweispflichten enthalten.

Zusätzlich werden alle Firmenautos zukünftig mit HVO100 betankt. Dazu wurde ebenfalls eine Rahmenvereinbarung getroffen. Volvo hat nach längeren Verhandlungen die Garantie für die Motoren auch bei Betankung mit HVO100 übernommen. Ein toller Erfolg, weiß man doch, dass Hersteller normalerweise keine Garantien übernehmen, zu denen sie nicht gesetzlich verpflichtet sind.

Ähnlich lief es mit der Firma Linde, die nach mehrwöchigen Überlegungen zustimmte, für die Betankung ihrer Dieselstapler mit HVO100 ebenfalls die Garantie zu übernehmen.

Die Zahlen sind jedenfalls beeindruckend: Durch den Einsatz von HVO100 statt fossilem Diesel kommt es zu CO₂-Einsparungen zwischen 80 und 90 %. Daumen hoch!

KPI 14

Transporteffizienz 21,5

Tonnen CO₂-Äquivalente
Umsatzerlöse Mio. €

SDGs



The Fashion Pact: umdasch The Store Makers tritt globaler Vereinigung für Nachhaltigkeit bei



SDGs



Als internationaler Zusammenschluss von über 70 namhaften Unternehmen der Mode- und Textilindustrie sind im The Fashion Pact über 200 der weltweit führenden Marken und ein Drittel der Modeindustrie vertreten. Alle Unterzeichner haben sich der gemeinsamen Umsetzung wichtiger Umweltziele verpflichtet: der Eindämmung des Klimawandels, der Wiederherstellung der Artenvielfalt und dem Schutz der Ozeane. Seit 2021 ist umdasch The Store Makers Mitglied dieser angesehenen Koalition.

Im April 2019 beauftragte der französische Staatspräsident Emmanuel Macron den CEO der Kering-Gruppe*, Francois-Henri Pinault, die CEO-Kollegen aus der gesamten Mode- und Textilbranche zu versammeln, um eine Koalition zu gründen. Ziel ist es, einige der größten Organisationen zu vereinen und gemeinsam daran zu arbeiten, positive Auswirkungen auf die Veränderung des Modesektors zu beschleunigen und eine nachhaltigere Zukunft zu gewährleisten. Mit der Präsentation vor den Staatsoberhäuptern auf dem G7-Gipfel in Biarritz im Sommer 2019 wurde der offizielle Grundstein für „The Fashion Pact“ gelegt.

Die Unternehmen innerhalb des Paktes verpflichten sich zu ehrgeizigen, umsetzbaren Zielen, die auf die Eindämmung des Klimawandels, den Erhalt der Biodiversität und den Schutz der Ozeane abzielen. Mittlerweile zählt The Fashion Pact über 70 Mitglieder, die zusammen mehr als ein Drittel der Modeindustrie repräsentieren. Adidas, Burberry, die Kering Gruppe, Mango, Nike und Ralph Lauren gehören allesamt zu den Mitgliedern dieser Vereinigung. umdasch The Store Makers ist seit April 2021 offizielles Mitglied und positioniert sich dort als Partner der Industrie und als Vorreiter innerhalb des Ladenbau-Sektors.

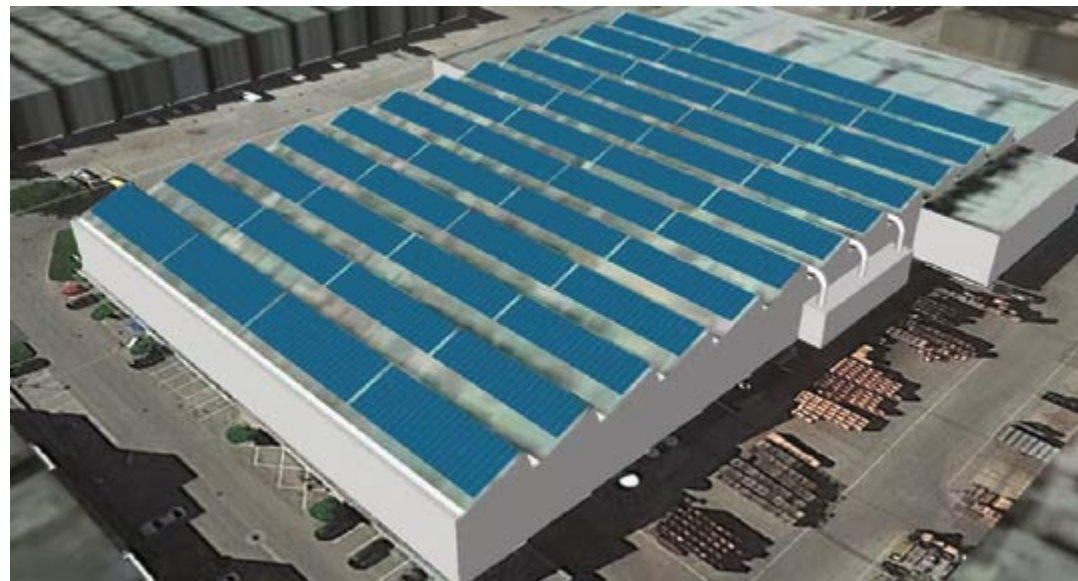
Alle Mitglieder von The Fashion Pact ergreifen kollektiv skalierbare Maßnahmen zum Umweltschutz, die eine messbare Wirkung erzielen. Bereits heute stammen etwa 45 % des Energiebedarfs der Mitglieder aus erneuerbaren Quellen. Der gemeinsame Plan: 100 % bis spätestens 2030. Gemäß den 17 Sustainable Development Goals der UN sind weitere Vorhaben unter anderem die komplette Verbannung bzw. das Recycling von Kunst-

stofftragetaschen sowie der Stopp der Abholzung und die aktive Förderung nachhaltiger Forstwirtschaft. Die zahlreichen bereits initiierten Projekte zur Schonung der Umwelt gliedert The Fashion Pact in „Klima“, „Biodiversität“ und „Ozeane“. Die Store Makers von umdasch starteten schon ihre aktive Zusammenarbeit bei ersten Teilprojekten im Bereich „Biodiversität“ und steuern so ihr Wissen bei, wie die Verkaufsflächen der großen Modemarken in Zukunft mit umweltschonenden Ressourcen gebaut und betrieben werden können.

„umdasch The Store Makers sind die ersten Ladenbauer, die sich dieser Koalition angeschlossen haben. Das ist für uns eine Ehre und eine Auszeichnung, die sich auf zukünftige Projekte auswirken wird“, so die Worte von Silvio Kirchmair, CEO umdasch The Store Makers, anlässlich des Beitritts. Als tief verwurzelt Familienunternehmen ist umdasch ein Ladenbauer mit wertorientiertem Management, Verantwortung und Umweltpolitik.

Mit der Schaffung einer eigenen Position für Sustainability werden künftig strategische Nachhaltigkeitsprojekte innerhalb von umdasch The Store Makers noch intensiver verfolgt. Gleichzeitig bereitet sich das Unternehmen auf die steigende Nachfrage nach nachhaltigen Ladenbaulösungen vor. Im Jahr 2021 werden zum Beispiel die Corporate Carbon Footprints für die beiden Standorte in Leibnitz und Zagreb ermittelt; ein Projekt, das in den Folgejahren auf alle Store Makers-Standorte ausgerollt werden soll.

* Zum börsennotierten Kering Konzern gehören namhafte Marken wie Gucci, Saint Laurent, Bottega Veneta, Balenciaga, Alexander McQueen und Brioni.



Wenn die Sonne lacht, lachen wir jetzt mit

Im November 2020 – Österreich steuerte gerade auf einen harten Lockdown zu – durften nur Partner mit Ausnahmegenehmigung auf unser Firmengelände. Nur wer einen wirklich guten Grund hatte, für den gingen die Schranken hoch. Diesen wirklich guten Grund hatten die Monteure der Firma, die mit den Arbeiten zu einem unserer großen Investitionsprojekte 2020 starteten: Der Installation einer modernen Photovoltaikanlage auf den Sheddächern des Hallenblocks B3 unserer Produktion.

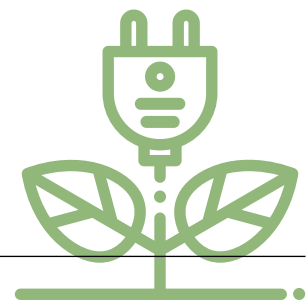
Genau dort geht dieser Tage eine Photovoltaikanlage mit einer Leistungsfähigkeit von 500 kWp in Betrieb. Bereits in diesem Sommer folgt die zweite Ausbaustufe, die diese Kapazität verdoppeln wird. In Summe werden diese beiden Anlagen rund 910.000 Kilowattstunden pro Jahr in das Stromnetz der Umdasch Group einspeisen. Was bedeutet das?

Nachhaltigkeit

Mit der PV-Anlage in Amstetten können wir einen Beitrag zur Erzeugung nachhaltiger Energie leisten und sparen pro Jahr rund 235 Tonnen CO₂-Emissionen. Damit setzen wir nach innen und außen ein Zeichen, dass wir Nachhaltigkeit als Teil unserer Geschäftsprozesse und somit integriert verstehen.

Kosteneinsparung

Der Standort Amstetten weist durch sein hohes Produktionsvolumen einen ebenso hohen Energieverbrauch auf – auch an den Wochenenden oder während des Betriebsurlaubs. Durch die neue Anlage wird es möglich sein, einen bedeutenden Teil dieses Bedarfs abzudecken. Vision ist es, die Anlage in den nächsten Jahren Stück für Stück zu erweitern.



KPI 15

Erneuerbare
Energien **58,2 %**

Verbrauch Erneuerbare Energie
Energieverbrauch gesamt

SDGs



Alles andere als ein G'schichtl – wie Ökologie und Ökonomie in einer smarten Idee gleichzeitig Platz finden



SDGs



Diesem Beitrag liegt eine Geschichte zugrunde, die besser als jeder Artikel beschreibt, wie eng ökologische und ökonomische Maßnahmen verzahnt sein können, wenn es um Nachhaltigkeit im unternehmerischen Kontext geht.

Die Geschichte beginnt am 11. November 2019 und spielt bei Form-on, einer Unternehmensechter der Doka. Form-on ist auf zwei Sparten fokussiert. Die erste davon dreht sich um Gebrauchtschalung. Im Sinne eines nachhaltigen und möglichst langen Lebenszyklus handelt die Plattform mit Schalungen verschiedenster Hersteller und Qualitäten. Die zweite Sparte liefert Schalungskomponenten an den Fachhandel, Distributoren und Schalungshersteller.

An diesem 11. November 2019 bestellt ein Kunde aus Portugal 285 m² Frami Eco aus dem Form-on Gebrauchtschalungslager. Der Kunde organisiert sich den Transport – der Weg beträgt etwa 2.000 km – selbst. Bei der Verladung zeigt sich: Von den insgesamt 13,5 Lademetern, die bei Vollbeladung auf dem LKW Platz finden könnten, werden durch die Lieferung nur 8,5 ausgenutzt. Form-on-Kollege Alessandro, der den Auftrag abwickelt, handelt schnell und schlau. Er setzt sich unverzüglich mit dem Kunden in Verbindung und überzeugt ihn: Eine Teilbeladung des LKWs macht weder ökonomisch noch ökologisch Sinn.

Der Vorschlag und das darauffolgende Angebot: Schalungsträger, die die Ladung komplettierten und – ganz nebenbei – den Gesamtauftragswert um mehr als ¼ steigerten. Ein teilvoller LKW hätte in dem Fall auch eine Verschwendung von 200 Litern Kraftstoff bedeutet.

Win-win-win ...

Form-on hat die Initiative mittlerweile in ihr Geschäft integriert. Davon profitiert die Umwelt durch eine spürbare Reduktion von CO₂-Emissionen. Davon profitiert der Kunde durch Reduktion von Transportkosten. Und Form-on in Form von zusätzlichen Umsätzen und einer gestärkten Kundenbeziehung.

Im Zuge des Umdasch Group Sustainability Prize (siehe Seite 130) wurde die Idee eingereicht und hat dort auch die Aufmerksamkeit der Doka auf sich gelenkt, die nun dieses Konzept in ihrer Logistik forcieren möchte.

Reduce, Reuse, Recycle – Refilling im Einsatz umdasch The Store Makers machen es möglich

Haben Sie schon einmal von der sogenannten „Abfallhierarchie“ gehört? Oder kennen Sie die „3 R“ des Abfallmanagements? Wir geben Ihnen einen kurzen Einblick und zeigen Ihnen, wie der Liquid Dispenser von umdasch The Store Makers Konsument*innen dabei unterstützen kann, nachhaltig einzukaufen.

Der Begriff „Abfallhierarchie“ kommt ursprünglich aus der Abfallwirtschaft und beschreibt eine Rangfolge von Maßnahmen, die ergriffen werden sollen, um die Menge des erzeugten Mülls zu reduzieren und den gesamten Abfallmanagementprozess zu verbessern. Ebendiese Hierarchie besteht aus den „3 R“: Reduce, Reuse, Recycle (Reduzieren, Wiederverwenden, Recyceln).

REDUCE: An oberster Stelle dieser Abfallhierarchie steht die Abfallvermeidung! Die Logik dahinter ist simpel: Wenn weniger Müll anfällt, gibt es auch weniger zu recyceln.

REUSE: Wir haben doch alle diese Schublade voller Dinge, die wir aufbewahren, weil wir dafür noch eine andere Verwendung sehen. Der alte Teller, der nun als Pflanzenschale für den Anbau von Kresse am Fensterbrett steht? Damit gehen Sie schon einen Schritt in die richtige Richtung, um Gebrauchsgegenstände wiederzuverwenden, wenn auch mit einer anderen Funktion.

RECYCLE: Recyceln bedeutet, dass ein Gegenstand oder Material wieder zu einem Rohmaterial verarbeitet wird, aus dem ein neuer Gegenstand geformt werden kann. Glas, Papier, Aluminium oder Kunststoffe können diesen Recyclingprozess durchlaufen – vorausgesetzt, sie werden nach ihrer Verwendung wieder sortenrein, also getrennt voneinander, gesammelt und entsorgt.

Solid Dispenser – Refilling im Trockensortiment

Mit dem Solid Dispenser von umdasch The Store Makers ist es möglich, auch im Food-Bereich nachhaltig einzukaufen. Verschiedene Schütt- und Schöpfbehälter ermöglichen den Kunden, genau die gewünschte Menge eines bestimmten Produkts, wie Nüsse, Trockenfrüchte oder Cerealien, abzufüllen.



SDGs



umdasch Liquid Dispenser

Nun aber in die Anwendung. umdasch The Store Makers macht das Wiederverwenden einfach, denn der Liquid Dispenser ermöglicht es, ein Kunststoffgebinde immer wieder zu befüllen, den Kauf eines neuen Behältnisses zu vermeiden und so Abfall zu reduzieren.

Erstmals liefert der Liquid Dispenser auch für große Handelsketten die Antwort, am Paradigmenwechsel teilzunehmen und Verpackungsmüll zu vermeiden. Die Nachfüllstation stellt ein effizientes Angebot zur Wiederbefüllung von Mehrweggebinden im filialisierten Betrieb dar. Der Handel bietet damit für Konsument*innen am Point-of-Sale die Möglichkeit, nachhaltig einzukaufen. Die Einsparung von Verpackungsmüll wird durch den Einsatz der Nachfüllstation, beschickt durch Großgebinde in Form von Bag-in-Box Lösungen, erreicht. Der umdasch Liquid Dispenser erkennt durch den Scanvorgang der Verpackung, um welches Produkt in welcher Menge es sich handelt. Kunden platzieren die Verpackung am gewünschten Auslasshahn, der Liquid Dispenser detektiert per Wiegesensorik das Leergebinde und gibt den Füllvorgang frei. Nach Wiederbefüllung der Verpackung wird der Bon mit der entsprechenden Information zum Produkt ausgedruckt. Und beim nächsten Einkauf kann das verwendete Behältnis einfach wiederbefüllt werden – eine neue Verpackung ist nicht notwendig!

Die Einsatzgebiete sind vielfältig, denn je nach Bedarf können diverse flüssige Putz- und Waschmittel abgefüllt werden: Shampoo, Duschgel, Flüssigwaschmittel, Spül- oder Reinigungsmittel. Dank der integrierten IoT-Technologie kann der smarte Liquid Dispenser mit verschiedenen Systemen vernetzt werden und liefert dabei wertvolle Daten für Marken und Händler.

Mittlerweile sind in Europa rund 100 dieser Abfüllstationen von umdasch bei zwölf namhaften Handelsketten im Einsatz und mehr als 100.000 Abfüllvorgänge zu verzeichnen. 84 % davon sind Refilling-Vorgänge, also ein wiederholter Befüllungsvorgang durch Konsument*innen am Point-of-Sale. So wird die Welt Schritt für Schritt nachhaltiger: Zahlreiche weitere Retailer im Lebensmittel- und Drogeriefachhandel haben erfolgreiche Pilotversuche mit dem Liquid Dispenser gestartet und große Rollouts in ganz Europa sind bereits in Vorbereitung!





Die Mitarbeiter*innen der Doka-Niederlassung Graz

Die Umwelt geht uns alle an – nicht nur das Headquarter

Das Gelingen unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist abhängig davon, wie tragfähig und umsetzbar sie in der Praxis ist. Grundvoraussetzung ist aber immer ein starkes Involvement unserer Tochtergesellschaften und Niederlassungen im In- und Ausland. Ein Team zeigt in beeindruckender Weise vor, wie das aussehen kann: die Vertriebsregion Steiermark & Kärnten mit ihrem umweltambitionierten Leiter Michael Heinrauch.

SDGs



„Einerseits haben wir uns ein großes Ziel gesteckt – die CO₂-Neutralität der gesamten Vertriebsregion. Dafür braucht es aber viele Etappenziele. Eines davon ist, dass wir bis 2024 unsere gesamte Mobilität auf E-Antriebe umstellen werden“, erzählt Michael Heinrauch im Gespräch. Im Vorfeld wurde eine Machbarkeitsstudie durchgeführt. Umsetzbarkeit spielt in einem Konzept zur Energiewende eine wichtige Rolle: „Die Ziele müssen ambitioniert, aber erreichbar sein.“

Die wesentlichen Fokusthemen, die seine Mannschaft und er sich vorgenommen haben, sind:

Umstellung auf E-Mobilität

In Graz werden bis Jahresende 2021 fünf von sechs Staplern auf E-Stapler umgestellt. CO₂-Einsparungspotenzial: 52 Tonnen/Jahr. Sukzessive werden auch die Fahrzeuge der Außendienstmitarbeiter auf E-Autos umgestellt. Das setzt eine Investition in eine entsprechende Ladeinfrastruktur sowohl in Graz als auch in Klagenfurt voraus. Bei einem durchschnittlichen Kraftstoffverbrauch eines Außendienstfahrzeugs von 6.000 bis 7.000 Litern jährlich beträgt das CO₂-Einsparungspotenzial 36,4 Tonnen/Jahr.

Thermische Sanierung

Im Zuge einer Sanierung der Niederlassung Graz nach den Kriterien Nachhaltigkeit und Ökoeffizienz wurden Fenster getauscht und das Gebäude bekam eine neue, energiesparende Außenhülle. CO₂-Einsparungspotenzial: 4,7 Tonnen/Jahr.

Photovoltaikanlage

In diesem Zusammenhang wird 2021 auf der neu sanierten Niederlassung Graz eine Photovoltaikanlage installiert. Aktuell werden dort 50.000 kWh/Jahr an Energie verbraucht.

Mit der Anlage sollen künftig zumindest 25 % davon eingespart werden, was eine Einsparung von 32 Tonnen CO₂ bedeutet.

Die internationale Diskussion sieht eine Einsparung von 2 Tonnen CO₂ pro Erdbewohner vor, um die weltweiten Klimaziele bis 2050 erreichen zu können. Mit Engagement und Ambition schaffen die 67 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dieses Ziel bereits an ihrem Arbeitsplatz: Bei einer Gesamteinsparung von 125,1 Tonnen CO₂ im Jahr 2021 macht das fast punktgenau zwei Tonnen pro Mann bzw. Frau.

Wir können nur sagen: Daumen hoch!



KPI 16

Ökoeffiziente Investitionen

72,3 %

Ökologisch positiv wirksame Investitionen
Gesamtinvestitionsvolumen



Wende



- 178 Generationenübergabe
- 180 Der neue CEO stellt sich vor
- 182 Das Interview
- 188 Das neue Management-Team

Generationenübergabe Neue Führungsrolle stärkt Gruppenidentität und fördert Potenziale

Ein Führungswechsel, der einhergeht mit einem neuen Rollenverständnis der Umdasch Group – so kann man die Veränderung, die sich Mitte dieses Jahres in der Unternehmensgruppe vollzieht, auf den Punkt bringen. Verstärkt wird dabei der Grad der Begleitung und Entwicklung der Tochterunternehmen. Die Basis dafür ist eine langfristige, nachhaltige Strategie, die die operativen Ziele der Divisionen mitgestaltet und entsprechend unterstützt. Während die Strategie die Zukunft abbildet, beschäftigt sich die operative

Umsetzung mit der aktuellen Ertrags- und Liquiditätslage. Leicht verliert die operative Ebene im herausfordernden Alltag die Strategie aus den Augen. Umgekehrt ist Strategie nicht immer genug marktnah und vielleicht auch nicht immer ganz punktgenau formuliert. Es braucht also eine Rolle, die den dauerhaften Existenzanspruch eines Unternehmens mit dessen Realisierung verbindet und in Gleichklang bringt.



Die Generationenfrage

Die Eigentümer Hilde Umdasch und Alfred Umdasch haben sich in der Nachfolgefrage für eine solche Rolle entschieden. Eine Rolle, die den strategischen Führungsanspruch der Umdasch Group um die Kompetenz erweitert, ihre Unternehmen zu coachen, zu fördern und zu fordern. Eine Rolle, die die Eigentümer in ihrer Intention unterstützt, die Unternehmensgruppe nachhaltig weiterzuentwickeln. Eine Rolle, die die Familie in der Fortführung ihrer unternehmerischen Werte und Vorstellungen vertritt.

Wolfgang Litzlbauer

Diese Rolle wird zukünftig Dr. Wolfgang Litzlbauer einnehmen. Er übernimmt die Gesamtverantwortung für eine Unternehmensgruppe, die gut gerüstet und gut vorbereitet ist, auf die aber in Zukunft noch viele Herausforderungen warten. Mit 1. Juli 2021 wird er der Vorstandsvorsitzende der globalen Umdasch Group. Wir möchten die Möglichkeit nutzen, ihn bereits im Vorfeld etwas vorzustellen: Wer ist Wolfgang Litzlbauer? Was treibt ihn an? Was sind seine Ideen? Wohin wird er die Umdasch Group entwickeln?

Der neue CEO stellt sich vor



Wolfgang Litzlbauer im Word-Rap

Mein Arbeitstag beginnt ...

... immer mit einem persönlichen Gespräch. Das sind nicht unbedingt die Meetings im Terminkalender. Die paar Minuten Austausch, die durch ein zufälliges „Wie geht's?“ im Stiegenhaus entstehen, sind oft die wertvollsten. Weil sie mir einen Eindruck vermitteln, wie es den Menschen im Unternehmen geht.

Ich mag an meinem Beruf ...

... die Vielfalt. Wenn man ein Unternehmen führt, muss man es als Gesamtes sehen. Ich mag, dass meine Rolle mir erlaubt, in viele Bereiche hineinzusehen. Wenn es irgendwo besondere Herausforderungen gibt, auch mal etwas näher. Dabei habe ich immer viel gelernt und da lerne ich auch immer noch.

Was mir dabei besonders Spaß macht ...

... wenn Menschen mich begeistern von ihren Ideen überzeugen und mich dabei auch herausfordern. Wer das übrigens sehr gut kann, ist mein Sohn Max. Ich erachte es als Privileg, Menschen bei der Umsetzung ihrer Ideen begleiten und fördern zu dürfen.

Aus der aktuellen Gesundheitskrise sollten wir den Nutzen ziehen ...

... die Konzentration auf das Wesentliche zu richten. Wenn es um substantielle Themen wie Gesundheit oder wirtschaftliche Existenz geht, dann trennt sich deutlich sichtbar das Wichtige von dem, was man für wichtig hält. Nicht umsonst heißt es: Never miss a good crisis. Weil eine Krise immer auch eine Chance ist, notwendige Veränderungen effektiver voranzutreiben.

Das Glas ist halb voll oder halb leer?

Ein gewisses Maß an Skepsis kann auch gesund sein. Aber grundsätzlich bin ich jedenfalls ein positiver Mensch. Zuversicht und eine gute Portion Humor auch in den schwierigsten Situationen zu bewahren, habe ich aus meinen Erfahrungen in Brasilien mitgebracht.

Eine Erfahrung, die jede junge Führungskraft braucht?

Mindestens drei Jahre Ausland. Und mindestens eine richtig große Herausforderung, die ursprünglich viel zu mächtig erschien und dann doch gut gemeistert wurde. Was ich außerdem für sehr wichtig halte, sind Erfahrung und Gespür im Umgang mit Menschen. Jede erfolgreiche Führungskraft zeichnet sich auch durch eine ausgeprägte Fähigkeit zur Empathie aus.

Ein Buch, das man unbedingt gelesen haben sollte?

Homo Deus von Yuval Harari – eine Geschichte von Morgen.

„Warum Kunden sich für uns entscheiden? Weil wir sie dabei unterstützen, erfolgreich zu sein.“

Wir haben Dr. Wolfgang Litzlbauer vor seinem offiziellen Start befragt. Um ihn besser kennenzulernen. Und um vielleicht schon ein bisschen davon zu erfahren, wohin unsere Reise in Zukunft gehen wird.

Wolfgang Litzlbauer, welche drei Attribute beschreiben die Umdasch Group am treffendsten?

Da fällt mir als Erstes ein, wofür wir auch außen wahrgenommen werden: die Stabilität. Krisen fanden auch hier statt, keine Frage. Aber das Unternehmen beweist seit mehr als 150 Jahren, dass es beständig, robust und widerstandsfähig ist. Sieht man sich typische Stabilitätskennzahlen an, dann sind die durchaus beeindruckend. Zum Beispiel ein Eigenfinanzierungsgrad von deutlich über 60 %. Das spielt nicht nur für unsere Bonität eine wichtige Rolle. Für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Partner ist Stabilität wichtig, denn sie gibt Sicherheit und Vertrauen.

Daneben stehen wir für Langfristigkeit. Wenn man auf wesentliche Richtungsentscheidungen des Unternehmens zurückblickt, dann waren die von ausgesprochen langfristigem Charakter. Entscheidungen, wie zum Beispiel die, eine eigene Metallfertigung auf-

zubauen, waren sicherlich nicht von schnellem Erfolg gekennzeichnet, haben sich aber im Laufe der Jahre als ganz entscheidende Faktoren im internationalen Wettbewerb herauskristallisiert.

Und wenn ich von all denen, die mir noch einfallen, mich für ein drittes Attribut entscheiden müsste, wäre das die Verbindlichkeit. Die Umdasch Group hat den Ruf, in ihren Zusagen verbindlich zu sein, sie hat Handschlagqualität. Als verlässlicher Arbeitgeber und Partner.

Beschreiben diese drei Attribute auch Sie, Herr Litzlbauer?

Ja, ein bisschen schon. Stabilität ist mir ganz wichtig. Ich bin überzeugt, dass in der Beständigkeit ein großer Schatz liegt. Ich war 27 Jahre bei der Miba beschäftigt. Das ist auch ein sehr erfolgreiches Industrieunternehmen in Familienbesitz. Ich bin überzeugt, gewisse Dinge bringt man nur voran, wenn man ein Unternehmen gut kennt, seine Potenziale, aber auch seine Schwachstellen. Natürlich kann man Veränderungen auch streng top-down durchsetzen. Viele Kapitalmarktunternehmen zeigen ja vor, wie das geht: Managementwechsel, 3-Jahres-Plan, danach stimmen die Kennzahlen. Fertig. Das stellt natürlich die Shareholder zufrieden, ob das auch immer nachhaltig ist, wage ich aber zu bezweifeln. Was es braucht, ist ein gesamtheitlicher Blick auf ein Unternehmen. Man muss die Mechanismen kennen, die dort aktiv sind, und man benötigt ein Feeling für die Unternehmenskultur. Die Bemühung, das zu erkennen, braucht es. Und die Zeit eben auch.

Und dann darf ich von mir auch behaupten, dass ich verbindlich bin. Ich bin vielleicht kein Mensch, der zu jeder Idee sofort Hurra schreit. Aber ich höre gut zu. Und ich stehe zu meinem Wort. Wenn man von mir eine Zusage erhält, ist diese verbindlich. Das ist in meiner zukünftigen Rolle besonders wichtig. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssen wissen, was sie von mir erwarten können. Und sie müssen wissen, dass sie sich verlassen können.

Sie haben Potenziale angesprochen – welche sehen Sie bei uns?

Ich erlaube mir niemals ein vorschnelles Urteil. Als Vorstandsvorsitzender habe ich vor, erst mal in die Organisationen einzutauchen. Ich möchte die Geschäftsmodelle in der Tiefe verstehen, außerdem die Märkte und Kunden, und ich freue mich darauf, die Menschen kennenzulernen. Was ich aber mit Sicherheit sagen kann, ist, dass die Chancen ganz deutlich überwiegen. Wir sind ein kerngesundes Unternehmen mit großen Entwicklungsmöglichkeiten in viele Richtungen.



Was bedeutet „in die Organisation eintauchen“? Sie haben ja die Verantwortung für drei große Divisionen – die Doka, umdasch The Store Makers und Umdasch Group Ventures. Wie lässt sich das bewerkstelligen?

Ich bin ja nicht alleine. Mit Gerd Pechura unterstützt mich ein Finanzexperte, der die Umdasch Group seit vielen Jahren kennt wie seine Westentasche. Und ich habe ein Management-Team aus CEOs, mit dem ich mich in den vergangenen Monaten sehr intensiv getroffen habe. Wir haben gemeinsam eine Workshopreihe veranstaltet, in der wir die Eckpfeiler unserer Zusammenarbeit definiert haben. Die CEOs der Divisionen werden mit Gerd Pechura und mir einen engen Managementkreis bilden. Mit „Eintauchen“ ist also gemeint, dass wir in einem sehr vertrauten Miteinander mit offenen Karten spielen. Wir werden eine enge Zusammenarbeit pflegen und da soll kein Blatt dazwischen passen. Es geht überhaupt nicht darum, top-down die Divisionen zu managen, sondern sich die strategischen Positionen ins Management-Team zu holen. Mit einer Ausnahme: Die Geschäftsführung der Umdasch Group Ventures werde ich bis auf Weiteres selbst wahrnehmen. Bevor wir hier die aktuell offene CEO-Position fixieren, ist es mir wichtig, die Umdasch Group Ventures selbst besser kennenzulernen.

Warum gerade die Umdasch Group Ventures?

In der Vergangenheit wurde entschieden, die disruptiven Entwicklungen in einer eigenen Gesellschaft zu bündeln. Mit disruptiv sind solche Innovationen gemeint, die ein bestehendes Modell angreifen. Zum Beispiel die klassische Schalung oder dass Konsumenten irgendwann vielleicht nur mehr online einkaufen. Ich finde, die Entscheidung war mutig und richtig, dafür eine eigene Organisation zu etablieren. Nach vier Jahren am Markt ist es an der Zeit, sich Struktur, Märkte und Möglichkeiten der Umdasch Group Ventures genau anzusehen. Auch hier gilt: Ich möchte herausfinden, wo die Potenziale liegen und wo die Schwachstellen. Also: Sind wir auf dem richtigen Weg? Müssen wir eventuell nachjustieren? Sollten wir Schwerpunkte verlagern? Können die Experten ausreichend wirksam agieren? Die Eigentümer

sind bereit, hier zu investieren, und was wir ihnen im Gegenzug schuldig sind, ist, dass wir erstens genau hinschauen und zweitens unter Beweis stellen, dass der Geschäftsansatz der richtige ist.

Sie sprechen damit an, was Ihnen persönlich sehr wichtig ist: Innovation.

Ja, ohne Innovation keine Zukunft. Die Digitalisierung wird – übrigens in fast allen Branchen und Bereichen – häufig sehr oberflächlich eingesetzt. Das liegt weder am Können noch am Wollen. Das liegt daran, dass die Notwendigkeiten nicht richtig eingeschätzt und die Potenziale nicht ausreichend erkannt werden. In unseren beiden Kernbereichen – dem Bau und dem Handel – hinken die Margen denen vergleichbarer Industrien deutlich nach. Unser Job ist es, unsere Kunden erfolgreicher zu machen. Digitale Produkte und Services können das leisten. Die Digitalisierung ist also keine Spielerei, sondern mit ein Grund, warum Kunden sich für uns entscheiden: weil sie mit uns ihre Ziele besser und schneller erreichen können.

Ähnlich verhält es sich bei der Anwendung der Digitalisierung für uns selbst. Je effizienter wir unsere Prozesse gestalten, desto erfolgreicher werden wir sein. Der Zweck unseres Tuns ist der wirtschaftliche Erfolg. Die Digitalisierung ist uns dabei ein ganz wesentliches Werkzeug. Übrigens liegt das Thema auch Gerd Pechura sehr am Herzen. Er verantwortet diesen Bereich als CFO der Doka und hat die Digitalisierung dort weit entwickelt.



Sie sprechen die Digitalisierung als Ihr zu priorisierendes Thema an – welche gibt es da noch?

Ein weiteres, ganz wesentliches ist sicher das strategische Personalmanagement. Nicht nur wir hier abseits der großen Ballungszentren buhlen um die besten Köpfe. Überall ist das Finden, Entwickeln und langfristige Binden guter Leute eine der dringlichsten Aufgaben geworden. Was übrigens eines der größten Vorurteile der Digitalisierung widerlegt, nämlich dass die Menschen durch Roboter ersetzt werden und es keine Arbeit mehr geben wird. Das Gegenteil ist der Fall: Die Wirtschaft hat mehr Herausforderung denn je, passende und gut ausgebildete Leute zu finden. Zum strategischen Personalmanagement gehört auch, dass wir den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Entwicklungsmöglichkeiten bieten. Und Perspektiven. Ich wünsche mir zum Beispiel, dass ambitionierte Menschen innerhalb der Gruppe wechseln. Warum sollte nicht ein guter Vertriebsmitarbeiter der Doka auch ein hervorragender Projektmanager bei den Store Makers sein? So können die Leute ihr Aufgabenfeld verändern, das Unternehmen und sogar die Branche wechseln, ohne die Gruppe verlassen zu müssen.

Eine weitere Veränderung wird sein, dass wir zukünftig eine Gruppenstrategie haben werden, in die sich die Divisionsstrategien eng verzahnt integrieren werden. Es wird zentrale Bereiche geben wie etwa Kommunikation, Finanzen, Recht. Das begründet sich einerseits durch die Synergieeffekte, die dadurch erzielt werden. Andererseits müssen meiner Ansicht nach gewisse Bereiche zentral angesiedelt sein, um wesentliche Richtungsvorgaben der zukünftigen Gruppenstrategie sowie der Corporate Governance gut durch- und umsetzen zu können.

Wenn Sie in einem Satz den Auftrag der Eigentümer an Sie zusammenfassen, wie lautet der?

Natürlich haben beide mir auf den Weg mehr als nur einen Satz mitgegeben. Die Eigentümer haben klare Vorstellungen von ihrem Unternehmen in der Zukunft. Aber wenn ich es auf den Punkt bringen sollte, wäre es sicherlich die nachhaltige Weiterentwicklung der Gruppe, die sich aus profitabilem Wachstum finanziert und dabei die Werte des Unternehmens weiterlebt.

Herr Dr. Litzlbauer, Sie sind als Jungmanager mit 29 Jahren nach Brasilien gegangen und waren dort fünf Jahre als Geschäftsführer für die Miba tätig. Was hat das mit Ihnen gemacht?

Als junge Führungskraft ins Ausland zu gehen, ist die beste Schule überhaupt. Und ganz besonders, wenn es sich dabei um Schwellenmärkte wie Brasilien oder China handelt. Dort stellt der Alltag jeden Tag neue Aufgaben, die zu lösen sind. Und das oft unter schwierigsten Bedingungen. Das prägt nicht nur den Charakter, das schärft auch den Blick fürs Wesentliche. Und es lehrt einen, dorthin zu greifen, wo es wirklich schief läuft und die Aufmerksamkeit besonders gefragt ist. Meist ist man dabei auch relativ auf sich alleine gestellt. Das führt ganz automatisch dazu, dass man schnell Verantwortung übernehmen muss – beruflich wie privat.

Stichwort Internationalität. Die Umdasch Group ist in etwa 70 Ländern auf 5 Kontinenten aktiv – wie geht das am besten? Mit der absoluten unternehmerischen Freiheit? Oder mit strengen Richtlinien und engen Reportings?

Weder noch – oder besser gesagt: sowohl als auch. Natürlich müssen gewisse Werte für die ganze Gruppe Gültigkeit haben. In Asien müssen dieselben Richtlinien gelten wie hier in Europa, etwa wenn es um Compliance oder Bilanzierungsvorschriften geht. Andererseits müssen wir im lokalen Kontext agieren und dortige Gegebenheiten berücksichtigen.

Ich habe in der Frage einen Lieblingsbegriff. Der lautet Lean Culture. Eine Lean Culture kombiniert die Prinzipien des Lean Managements mit den Werten eines Unternehmens. Ihre Merkmale sind das höchstmögliche Maß an Kundenzufriedenheit, Mitarbeiterengagement, Teamwork, Vertrauen sowie die ständige Verbesserung der Qualität unserer Produkte und unserer Arbeit. Gekennzeichnet ist die Lean Culture von dem Bestreben, egal wie gut eine Organisation bereits ist, sie kann immer noch besser werden. Ich möchte daher die Diskussion „enges Kennzahlenkorsett versus alle Freiheiten“ gerne auf diesen Nenner bringen: Lasst uns doch die Überzeugung leben, dass wir es immer noch besser machen können.

Was meinen Sie mit lokalem Kontext?

Damit meine ich, dass wir uns in einem höchstmöglichen Maß ans Lokalkolorit anpassen müssen. Regionale Kulturen und Gegebenheiten gut einzubinden, bedeutet einen erfolgskritischen Mehrwert. Dazu zählt die Forcierung eines lokalen Managements. Ein Manager, der den Markt in seiner Region und die dortigen Gepflogenheiten gut kennt, kann sicherlich mehr bewegen als einer, der die Geschäfte und Prozesse dort durch eine europäische Brille betrachtet. Wenn wir es schaffen, ein einheitliches Grundverständnis unserer Werte zu transferieren, dann ist das eine optimale Entwicklung. Da schließt sich auch der Kreis zu meiner Philosophie der Lean Culture.

Ganz grundsätzlich sehe ich als eine der großen zu bespielenden Flächen hinsichtlich Zukunftsfähigkeit das Thema Diversität. Monokulturen sind irgendwann wie Dinosaurier, die sich nicht mehr weiterentwickeln können. Das hat uns die Evolution tausendfach bewiesen. Davon können wir lernen. Unterschiedliche Menschen mit unterschiedlicher Herkunft und unterschiedlichen Erfahrungen, Fähigkeiten und Begabungen können uns in jeder Hinsicht bereichern. Ich würde mir außerdem deutlich mehr Frauen in Führungspositionen wünschen. Klar, das ist in einem technischen Unternehmen wie unserer Doka eine Herkulesaufgabe, weil noch immer viel zu wenig Frauen sich für einen Ingenieursberuf entscheiden. Das ist aber nur ein Argument und sicher kein Grund, es sich nicht zur Aufgabe zu machen, die Karrieren von Frauen zu fördern.



Wir haben einen Word-Rap mit Ihnen gemacht und Sie haben auf die Frage nach dem, was Sie ganz besonders an Ihrem Beruf mögen, die Vielfältigkeit der Aufgaben genannt. Was werden Sie als Erstes in Angriff nehmen, wenn Sie am 1. Juli morgens ins Büro kommen?

Ich habe mir vorgenommen, den ersten Tag ins Zeichen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu stellen. Ich würde gerne den Tag durch die Produktionshallen und Büros hier im Headquarter ziehen, Hallo sagen und mich vorstellen. Ich finde es wichtig, auch wenn der Konzern inzwischen sehr groß ist, persönlich präsent zu sein. Aber das war nicht die Frage, oder? Also: In den Workshops mit meinen Managementkollegen haben sich ein paar ganz klare Fokusthemen herauskristallisiert, die wir gemeinsam umgehend anpacken werden. Aber dazu gibt's mehr, wenn es so weit ist.

Danke für die Einblicke, Wolfgang Litzlbauer – alles Gute für den Start!

Die Stationen des Wolfgang Litzlbauer

Geboren 1969,
verheiratet, ein Sohn

Studium an der JKU Linz und der TU Graz
Promotion zum Doktor der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften
Insead Business School in Fontainebleau und Singapur

1994:
Eintritt in die Miba AG
als Assistent des Vorstands

1996:
Verkaufsleiter NAFTA,
Global Product Manager
Miba Gleitlager Aftermarket

1999:
Geschäftsführer Miba Sinter
Brasil, Brasilien

2004:
Berufung in den Vorstand
der Miba AG

2013:
Stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Miba AG,
CEO Miba Bearing-, Friction- und Coating Group

2017:
Mitglied des Aufsichtsrats der
Umdasch Group Ventures

2018:
Mitglied des Aufsichtsrats der
Doka und umdasch Store Makers

1. Juli 2021:
Vorsitzender des Vorstands der Umdasch Group AG

Das neue Management-Team

„Dieses Team steht dafür,
dass wir ambitionierte Ziele
zusammen verfolgen
und gemeinsam erreichen.“

Wolfgang Litzlbauer



Die Umdasch Group wurde in der Vergangenheit gerne und oft als Mischkonzern bezeichnet, in dem die Sparten vordergründig wenig gemeinsam haben. So unterscheiden sich Branchen, Geschäftsmodelle, Kunden und Märkte. Was jedoch eint: der Auftrag der Eigentümer zur nachhaltigen Weiterentwicklung der Gruppe durch profitables Wachstum. Das kann nur gemeinsam gehen.

Die strategische Holding wird dazu ihre Führungsrolle stärken und den Grad der gegenseitigen Involviertheit forcieren. Die operativen Einheiten werden in die Gruppenstrategie eingebunden, umgekehrt wird sich der Mutterkonzern aktiv an deren Steuerung beteiligen.

Ein wichtiger Schritt dazu ist die Etablierung eines Management Boards bestehend aus seinem Vorsitzenden Wolfgang Litzlbauer, Finanzchef Gerd Pechura sowie den CEOs von Doka und umdasch The Store Makers. In der Doka steht ebenfalls ein Managementwechsel bevor. Robert Hauser übernimmt mit 1. Juli 2021 die Position des CEO von Harald Ziebula, der in den Ruhestand tritt. Mit seiner neuen Rolle nimmt Robert Hauser auch seinen Platz im neu geschaffenen Management Board der Umdasch Group ein. Genauso wie Silvio Kirchmair, der die Runde komplettiert und die Store Makers vertritt.



Detailparameter zu den Nachhaltigkeitskennzahlen (KPIs) der Umdasch Group

1	GESAMTKAPITALRENTABILITÄT Umdasch Group weltweit	10	UNFALLQUOTE Doka: Doka Österreich, Production Unit Slowakei und Production Unit Russland umdasch The Store Makers: Produktionsstandorte Leibnitz, Hasendorf, Gleinstätten	13	COMPLIANCE RATE Umdasch Group weltweit
2	UMSATZRENTABILITÄT Umdasch Group weltweit	11	AUSGABEN FÜR GESELLSCHAFT UND SOZIALES Von der Umdasch Group AG getätigte Sponsorausgaben; nicht eingerechnet sind Sponsoraktivitäten der Tochter- und Vertriebsgesellschaften	14	TRANSPORTEFFIZIENZ Nur Doka; enthalten sind sämtliche Transporte ab Werk bis Zentrallager und/oder Niederlassung sowie von Zentrallager zu Niederlassung. Die Aus- und Rücklieferungen zum und vom Kunden werden aktuell noch nicht erfasst, ein entsprechendes Projekt ist in der Ausrollung.
3	EIGENKAPITALQUOTE Umdasch Group weltweit	12	FREIWILLIGE SOZIALLEISTUNGSQUOTE Enthalten sind freiwillige Sonderprämien für Arbeiter und Angestellte, Gesundheitsprogramm VITAL, Betriebsküche, Betriebliche Vorsorge, Unfallversicherungen, Auslandsversicherung, International SOS, Umdasch Nest, Werksgemeinschaft Umdasch, Werkwohnungen u. -häuser, Werksbusse, Buszubringerdienste, Jubiläen, Pensionsfeiern u. -geschenke, Ausbildungsbeihilfe	15	ERNEUERBARE ENERGIEN Doka HQ und Produktion Amstetten, St. Martin, Banska Bystrica, umdasch The Store Makers Leibnitz, Litomyšl, Neidenstein
4	INNOVATIONSRATE Umdasch Group weltweit		Lehrlinge, Lehrlingsexkursionen, Zeitungen/ Zeitschriften, Heizzulage, Arbeitskleidung, Weihnachtsgutscheine, Geburts- und Hochzeitsgeschenke, Zuschuss Betriebsratsfonds, Sozialfonds, Jahresausklangfeier; Anzahl Mitarbeiter*innen in Österreich	16	ÖKOEFFIZIENTE INVESTITIONEN Umdasch Group weltweit
5	INNOVATIONSFREUDE Umdasch Group weltweit; enthält gänzlich oder anteilmäßig sämtliche Zentralbereiche für Innovation				
6	WEITEREMPFEHLUNGSRATE Ausrollung: Doka – 15 Länder umdasch The Store Makers – weltweit, außer Tschechien und Russland				
7	SERVICEQUOTE Sämtliche Service-, Dienstleistungs- und Mietumsätze Doka, umdasch The Store Makers, Umdasch Group Ventures				
8	WEITERBILDUNGSINTENSITÄT Umdasch Group weltweit				
9	GESUNDHEITSQUOTE Umdasch Group Österreich				

Impressum

Herausgeber
Umdasch Group AG

Anschrift
Josef Umdasch Platz 1
3300 Amstetten, Österreich

Kontaktdaten
Telefon: +43 7472 605-0
info@umdaschgroup.com
www.umdaschgroup.com

www.doka.com
www.umdasch.com
www.umdaschgroup-ventures.com

Fotos
Alle nicht explizit gekennzeichneten Bilder:
© Umdasch Group

Porträts
Paul Bauer, www.photo.paulbauer.net

Design
seite zwei, www.seitezwei.com

Papier
PERGRAPHICA® Classic Rough
Hergestellt in Österreich



Integrierter Geschäfts- bericht 2020

umdaschgroup



Vom nachhaltigen Wandel
eines Unternehmens,

einer Weichenstellung in einem
Jahr voller Ungewissheiten und

einer Wende von der Vision
zur Realität.

Geneigte Leserinnen und Leser,
dieser Bericht gliedert sich in drei Teile. Für sich
und doch geeint laden sie ein, den Integrierten
Geschäftsbericht 2020 der Umdasch Group
zu entdecken. Viel Vergnügen!

- 10 Vorwort
- 16 Organigramm
- 18 Unsere Finanzen



- 62 Unsere Visionen
- 76 Unsere Produkte
- 128 Unsere Menschen
- 144 Unsere Partner
- 156 Unsere Umwelt

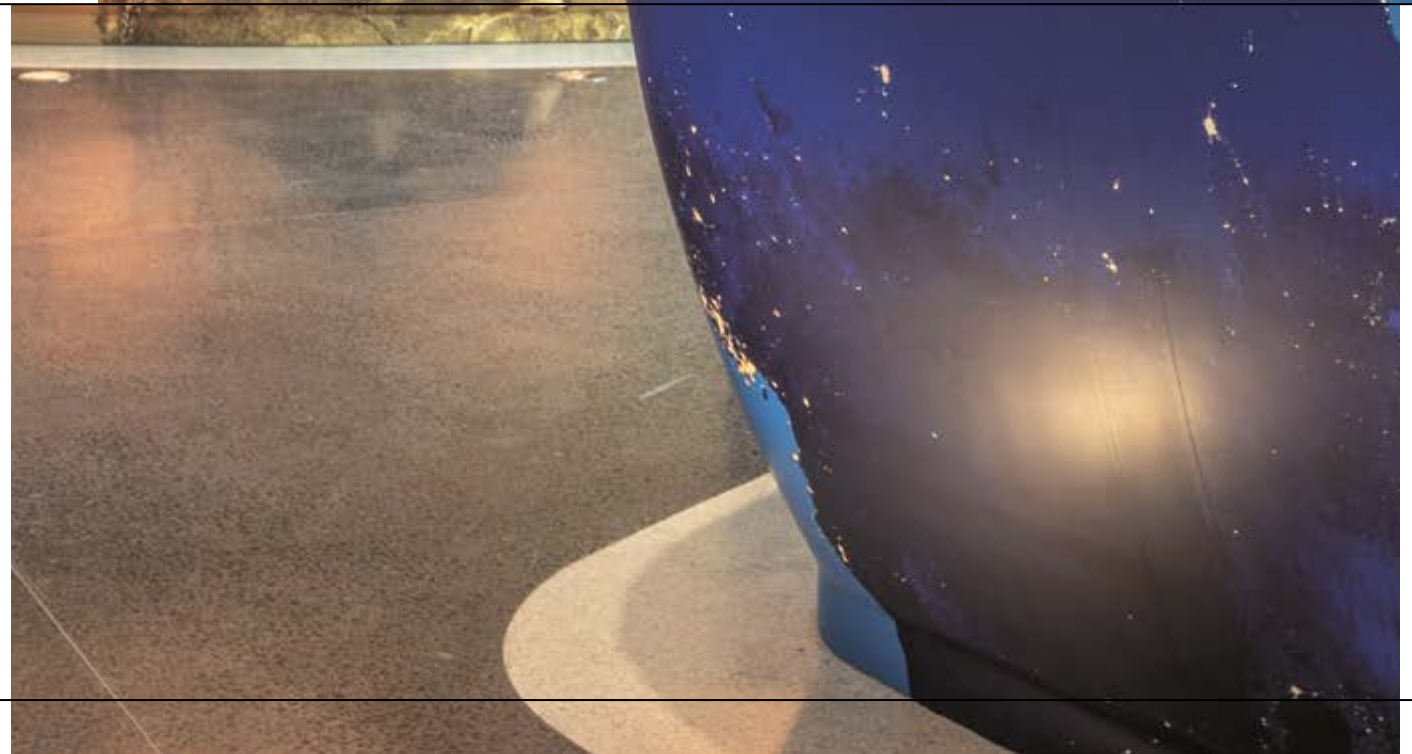


- 178 Generationenübergabe
- 180 Der neue CEO stellt sich vor
- 182 Das Interview
- 188 Das neue Management-Team

Wandel



10	Vorwort
16	Organigramm
18	Unsere Finanzen



Vorwort

Dr. Andreas J. Ludwig,
Sprecher des Vorstandes der Umdasch Group



Aktiv oder reaktiv? Maßgebend oder teilhabend?

Eines vorweg: Ein „Entweder-oder“ gibt es in der Frage nicht. Der Wandel kennt keine Fronten, keine Prinzipien und keine starre Kompromisslosigkeit. Ausschließlichkeit würde bedeuten, sich jedem anderen Weg zu versperren. Das kann der Wandel sich nicht leisten. Er nährt sich aus Offenheit und Neugier. Und der Partizipation – der Wandel nimmt gerne mit auf seinem Weg. Ein „Sowohl-als-auch“ ist daher angebracht: Sowohl aktiv als auch reaktiv. Sowohl maßgebend als auch teilhabend.

Zugegeben, der Wandel, wie die Gesellschaft ihn in den vergangenen Jahren erlebt hat, war vielfach reaktiv getrieben. Durch Notwendigkeiten wie die Veränderung der Arbeitswelt. Durch Dringlichkeiten wie den Schutz von Umwelt und Klima. Aber auch durch Unvorhergesehenes. Wie Corona.

Und doch bin ich stolz, dass wir bei wesentlichen Veränderungen auch Treiber sein dürfen und zumindest unsere Branchen dadurch positiv beeinflussen können. Positiv deshalb, weil der Wandel bei aller Unvoreingenommenheit eine klare Tendenz hat – nämlich die zum Besseren. Das gilt in unserem Fall für die Zukunft am Bau und die des Handels. In beiden Bereichen haben wir im letzten Jahrzehnt Weichen gestellt, die entscheidend sind auf einem Weg zum Besseren: für uns, für unsere Kunden und Partner, für ganze Branchen, aber auch für Umwelt und Gesellschaft.

Reaktiv

Das Jahr 2020 war sicherlich die größte Überraschung seit Jahrzehnten. Geplant war das beste Jahr der Geschichte, mit zweistelligem Wachstum in allen Unternehmensbereichen und in Summe durchgehend optimistischen Konjunkturdaten. Und bis Februar schien sogar das überbietbar.

Dann kam Covid-19 und im März der totale Stillstand – global und zeitgleich. Zur Unsicherheit unseren Geschäftsverlauf betreffend kam die Sorge um die Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Neben einer sofortigen Investitionsbremse haben wir ein weltweites Kostenfokusprogramm ausgerufen. Es galt, Liquidität zu sichern, die Entwicklung des Cashflows ist speziell in unserer kapitalintensiven Doka ein ganz wesentlicher finanzieller Erfolgs- oder eben Risikofaktor.

Als Reaktion auf den wochenlangen Stillstand der Baustellen in der ganzen Welt mussten die Produktionskapazitäten in Österreich zurückgefahren werden. In Russland haben wir unsere Produktion vorübergehend sogar eingestellt. Die Kurzarbeit vor allem in Österreich war uns dabei ein wichtiges Instrument. Aufgrund der düsteren Prognosen im Frühjahr, die einen deutlich zweistelligen Rückgang beim Umsatzerlös sowohl in 2020 als auch in 2021 vorhersagten, musste die Doka weltweit Personal abbauen. Am stärksten davon betroffen war das Headquarter in Amstetten, wo wir uns von etwa 250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern trennen mussten. Ein Schritt, der jedes Unternehmen schmerzt. Trotzdem verzeichneten wir nicht zuletzt durch eine äußerst kooperative Zusammenarbeit zwischen Management und Belegschaftsvertretung in Amstetten ausschließlich einvernehmliche Lösungen und mussten keine Kündigungen aussprechen. Das verdient Respekt und zeugt von einer Unternehmenskultur, in der auch in schwierigen Zeiten der kooperative Umgang zählt.

Bei umdasch The Store Makers waren und sind – wenig überraschend – die Bereiche Lifestyle, also der Modehandel, und Premium Retail, wozu Luxuslabels und der Duty-free-Sektor zählen, besonders von der Krise betroffen. Von einer weltweit stark eingebrochenen Nachfrage – die Lockdowns betrafen in allen Märkten den Handel stark – waren die Produktionsstandorte Neidenstein in Deutschland und Dubai von Schließung bzw. Teilschließung betroffen.

Aktiv

Und dann? Verharren im Cost-Saving-Modus? Abwarten, was passiert? In der ersten Krisenphase hatte die Sicherung der Liquidität oberste Priorität. Aber schon im Sommer begannen wir wieder langfristige Weichen zu stellen. Durch einige richtungsweisende strategische Investitionen.

Das Investment in und die damit verbundene Kooperation mit dem Gerüsthersteller AT-PAC aus den USA stellt die Doka neben der Schalung mittel- und langfristig auf ein zweites festes Standbein. Das eröffnet nicht nur neues geografisches Marktpotenzial, sondern auch neue Kundenschichten, etwa aus der Öl- und Gasindustrie

oder der Petrochemie. Und dieser Schritt macht die Doka unabhängiger von der volatilen Bauindustrie mit ihren saisonalen Schwerpunkten und regionalen konjunkturellen Schwankungen.

Ebenfalls neue Kunden sowie eine außerordentlich wettbewerbsfähige Produktion holten sich 2020 auch umdasch The Store Makers an Bord – mittels einer Mehrheitsbeteiligung am türkischen Ladenbauer Madosan. Das Unternehmen ist spezialisiert auf Metall- und Schwerlastregale und bietet damit eine perfekte Ergänzung zum Produktportfolio des Standortes Leibnitz.

Auch unsere dritte Unternehmenstochter umdasch Group Ventures ging 2020 eine neue Beteiligung ein: mit einem Investment in das Grazer Start-up shopreme – ein Technologieunternehmen, das sich auf die Digitalisierung des stationären Einkaufsprozesses fokussiert hat.

Sie sehen, liebe Leserinnen und Leser, wir waren nicht untätig. Wir haben sowohl reaktiv auf die Umstände als auch aktiv auf die Chancen reagiert, die sich uns eröffnet haben. In den letzten 15 Monaten hat die umdasch Group bewiesen, dass sie Krisenmanagement kann: Flexibel und pragmatisch mussten schnell Maßnahmen getroffen werden. Und doch galt es beinahe parallel, wiederum neue, strategische Weichen für die Zukunft zu stellen.

Das Krisenmanagement begleitet uns nach wie vor. Noch immer tagt donnerstagsmorgens unser Aktionsstab, monitoren wir täglich unser internationales Infektionsgeschehen, testen täglich Hunderte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Und wir impfen im Unternehmen. Die einzig zielführende, langfristige Maßnahme im Kampf gegen Covid-19.

Ein Unternehmen zu managen war selten so subtil herausfordernd wie 2020. Aber ich wage zu behaupten: Wir haben 2020 aus den schlechtesten Bedingungen das Beste gemacht. Es hat sich – ganz im Sinne unserer Nachhaltigkeitsstrategie – gezeigt, wie eng verknüpft sie sind, die ökonomischen und die sozialen Aspekte des Unternehmertums, die Gesetzmäßigkeiten der Marktwirtschaft und die Fürsorge-Verantwortung für die Menschen, die finanziellen Kennzahlen und die nicht-finanziellen Kriterien.

Maßgebend

Der Zweck unternehmerischer Tätigkeit ist und bleibt der unternehmerische Erfolg. Er ist maßgebend für den nachhaltigen Bestand jedes Unternehmens und die Perspektive der Menschen, die dort ihre Beschäftigung finden. Daran ändert die Krise nichts.

Im Frühjahr 2020 war schnell klar: In einem Jahr, das global von Stillstand, Rückgang und Einsparungen geprägt war, dazu vom Erliegen der Mobilität und deutlich verringerter Wertschöpfung, haben wir unseren Fokus nicht auf Wachstum gelegt, sondern auf Rentabilität.

Durch schnelle und beherzte Kosten- und Liquiditätsmaßnahmen konnte bei einem Umsatzverlust von 7 % auf 1,411 Mrd. € (2019 1,517 Mrd. €) der Rückgang des Konzernergebnisses relativ abgeschwächt werden. Vor Steuern sank dieses in 2020 von 105 Mio. € im Vorjahr auf 81 Mio. €. Das ist als Erfolg zu werten, denn darin befindliche, positiv wirkende Kosteneinsparungseffekte und Beihilfen hielten sich mit anfallenden Restrukturierungskosten ungefähr die Waage. Unsere wesentlichen Rentabilitätskennzahlen sind stabil geblieben, sogar leicht gestiegen. Die Eigenkapitalquote verbesserte sich von 55,2 % auf 61,4 %. Der operative Cashflow hat sich aufgrund eines proaktiven Working-Capital-Managements von 111,9 Mio. € auf 307,0 Mio. € verdreifacht.

Die ganze Welt war Krise – die Auswirkungen von Corona auf die Doka dagegen waren regional sehr unterschiedlich. Angesichts der Herausforderungen war in 2020 die Performance unserer Schalungstechniker in Zentraleuropa und in den USA wirklich mehr als zufriedenstellend. Andererseits performten Märkte wie der Mittlere Osten oder Lateinamerika schwach, was in Summe zu einem Rückgang des Umsatzerlöses im einstelligen Prozentbereich führte. Angebot und Geschäftsmodell der Doka-Tochter Form-on liegen ganz offensichtlich am Puls der Zeit: Mit dem Onlinevertrieb von Gebrauchschalung und dem Handel von Komponenten ist sie in 2020 um knapp 10 % gewachsen.

Wie schon erwähnt, zeigt sich bei umdasch The Store Makers ein ähnlich differenziertes Bild. Während die Division Food Retail in der Corona-Krise aufgrund sehr starker Nachfrage sogar profitieren konnte und Digital Retail die Chance ergriffen hat, seine digitale Kompetenz in dieser Zeit in Wachstum umzusetzen, haben die Divisionen Lifestyle Retail und Premium Retail starke Rückgänge zu verzeichnen. Konsolidiert führt das dazu, dass der Umsatz ident zu 2019 ausgefallen ist. Angesichts der großen Krise des Handels, einhergehend mit einschneidenden Investitionsstopps der Handelsunternehmen, bewerten wir das durchaus positiv. Es zeigt sich, dass die Restrukturierung, durch die unsere Ladenbauer in den vergangenen Jahren mit vielen Ups und Downs gegangen sind, ihr Ziel nicht verfehlt hat: eine trag- und zukunftsfähige Strategie.

Die Umdasch Group Ventures hat die Corona-Krise genützt, um ihr Geschäft inhaltlich weiterzuentwickeln. Die Digitalisierung hat in der Krise ihre Bedeutung deutlich unterstrichen. Obwohl auch im Bereich neuer Technologien zahlreiche Investitionen verschoben wurden, konnte die Umdasch Group Ventures ihre Kompetenzen und Lösungen inhaltlich gut weiterentwickeln und ist für ein Comeback ihrer Märkte gut aufgestellt.

Für 2021 planen wir vorsichtig optimistisch nach einem immer noch Covid-bedingt schwächeren Start ein Anziehen der Nachfrage im zweiten Halbjahr. Voraussetzung ist, dass die Pandemie durch flächendeckende Impfungen auch in Europa eingedämmt werden kann.

Teilhabend

Die Covid-19-Krise hat der Welt dramatisch vor Augen geführt, wie rasch sich selbst bisher sehr vorhersehbare Entwicklungen praktisch über Nacht verändern können. Der nachhaltige Umgang mit sämtlichen Ressourcen und eine langfristige Orientierung waren immer schon Eckpfeiler unserer Unternehmenskultur. In Zeiten extremer Volatilität und Verunsicherung gewinnen eine nachhaltige Ausrichtung sowie deren Messbarkeit eine ganz neue, starke Bedeutung. Genauso wie eine transparente Kommunikation darüber.

Dieser Bericht, der zweite seiner Art, stellt diesen Anspruch unter Beweis. Auf freiwilliger Basis haben wir bereits 2019 die Kriterien der nicht-finanziellen Berichterstattung in unser Reporting aufgenommen. Dieses Jahr gehen wir noch einen entscheidenden Schritt weiter: Erstmals berichten wir Kennzahlen, die jetzt und künftig unsere Verantwortung hinsichtlich Gesellschaft und Umwelt festmachen und unseren Fortschritt dokumentieren.

Eine persönliche Anmerkung sei mir an dieser Stelle gestattet: Es freut mich ganz besonders, dass ich diese nachhaltige Weiterentwicklung auch in Zukunft in guten Händen weiß. Womit ich zu einem Thema komme, mit dem ich mich ganz bewusst am Ende meines Vorwortes an Sie, liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, liebe Kunden, liebe Partner und Wegbegleiter, wende: der Generationenübergabe in unserer Unternehmensgruppe.

Wenn Sie diesen Bericht in Händen halten, stehe ich vielleicht gerade noch der Umdasch Group vor, vielleicht aber liegt die Verantwortung schon bei meinem Nachfolger Dr. Wolfgang Litzlbauer. Mit 1. Juli, also rund um den Erscheinungstermin, wird er den Vorstandsvorsitz übernehmen und die Umdasch Group in eine spannende Zukunft führen – ein gesundes Unternehmen mit großartigen Perspektiven, einer einzigartigen Kultur und tollen Menschen. Ein Unternehmen, das ich mehr als zehn Jahre begleiten durfte. Ein Unternehmen, in dem ich die Freiheit und das Vertrauen der Eigentümer genießen durfte, vieles zu gestalten und einen Wandel einzuläuten, der dem neuen Managementteam rund um Wolfgang Litzlbauer eine tragfähige und gute Basis sein wird.

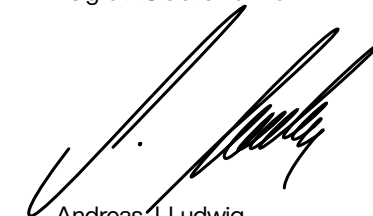
So wie ich diesen – meinen letzten – Geschäftsbericht für die Umdasch Group einläute, wird er ihn mit einem kurzen Porträt ab Seite 180 ausläuten. Und damit gleichzeitig eine neue Ära starten. Ein paar Details zu seinen Plänen verrät er darin bereits. Ich wünsche Wolfgang in seiner neuen Rolle, die viele Herausforderungen, aber mindestens genauso viele Möglichkeiten bereithält, alles Gute.

Ebenfalls alles Gute wünsche ich an der Stelle Robert Hauser, einem erfahrenen und bewährten Manager, der ebenfalls eine Nachfolge antreten wird – die von Harald Ziebula als Doka-CEO.

Nach Jahrzehnten in leitenden Positionen der Doka, die letzten vier Jahre davon als CEO, wird Harald Ziebula in den Ruhestand treten. Er hat gerade im letzten Jahr als Krisenmanager seine Fähigkeiten mehr als unter Beweis gestellt. Mit seinem Weitblick, seiner Erfahrung und einem ganz besonderen Gespür für Menschen hat er das Unternehmen durch die Corona-Krise geschifft, wie man es besser nicht hätte tun können. Ich danke Harald im Namen der Umdasch Group für sein großes Engagement mit und für die Doka. Er wird uns über den Wechsel hinaus noch etwas begleiten und seine langjährige Erfahrung weiterreichen an seinen Nachfolger.

Auch ich freue mich, der Gruppe in strategischen Themen weiterhin verbunden bleiben zu dürfen. Ich bedanke mich bei der Familie Umdasch für ihr Vertrauen, bei meinen Management-Kollegen für die Zusammenarbeit und bei all unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihre Loyalität und ihren Einsatz.

Es grüßt Sie alle herzlich

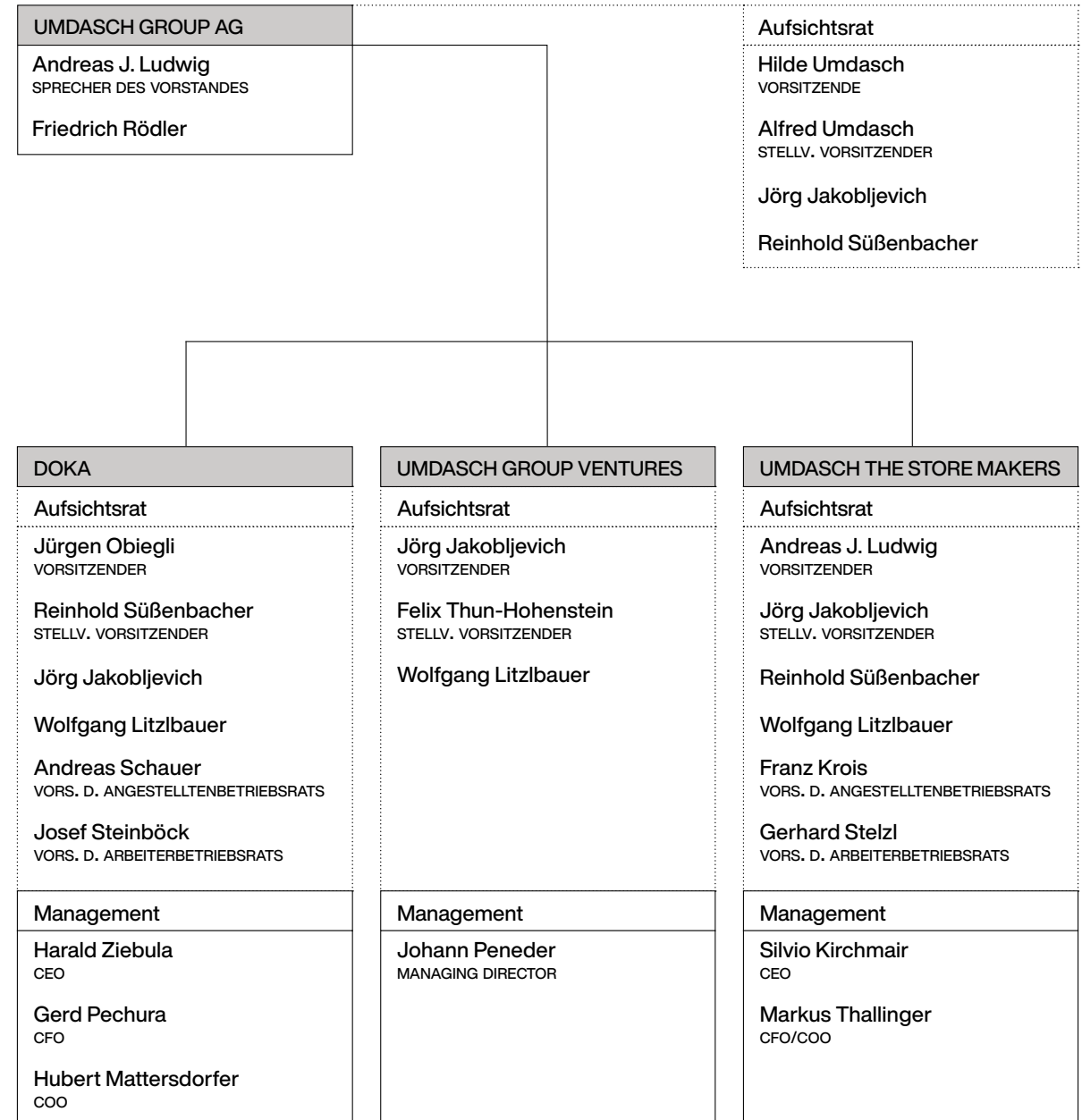


Andreas J. Ludwig,
Sprecher des Vorstandes
der Umdasch Group

Organigramm Stand: 31.12.2020

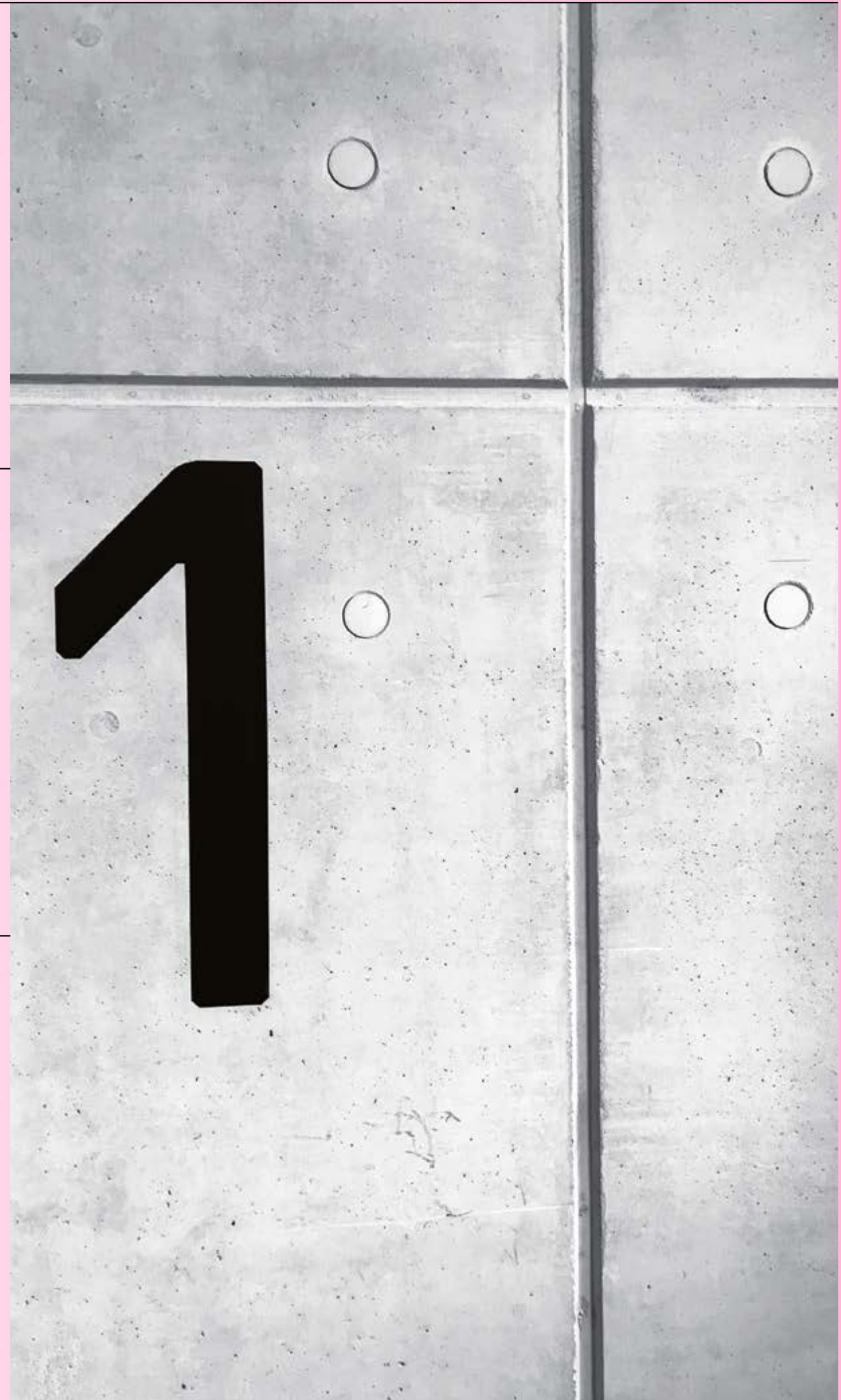


Umdasch Group Headquarter Amstetten



Unsere Finanzen

Das Erkennen von Chancen ist eine der wesentlichen Führungsaufgaben. Genau wie das Managen von Risiken. Beides war im letzten Jahr gleichermaßen gefragt und gefordert. Während das Krisenmanagement wichtige Maßnahmen zum Liquiditätserhalt und zur Kosteneingrenzung setzte, wurden gleichzeitig zukunftsweisende Investitionsprojekte in die Tat umgesetzt.



Krisen sind destruktiv. Aber sie verraten auch viel.

Covid-19 hat die Welt destabilisiert. Das Virus hat eine humanitäre Katastrophe ausgelöst, die die Weltgemeinschaft an die Grenzen ihrer Belastbarkeit führt. Es hat die Routinen der Wirtschaft gestört, ihr Motor ist gehörig ins Stottern geraten. Corona wirkt wie ein Brennglas: Es richtet seine Linse darauf, wo Schwachstellen liegen. Das kann die Welt auch für sich nützen.

SDG



KPI 1

Gesamt-
kapitalrentabilität **6,9 %**

$$\frac{\text{EBIT}}{\text{Ø Gesamtkapital}}$$


Für uns war 2020 ein Gradmesser unserer Agilität: Wie flexibel können wir uns auf Unerwartetes einstellen? Wie initiativ sind wir? Wie leistungstark ist unsere Organisation, wenn es wirklich darauf ankommt? Und wie strapazierfähig ist unsere Stabilität in Krisenzeiten?

Der Bericht auf Seite 134 „Corona-Management – was wir aus der Krise lernen können“ zeigt, dass wir im Stresstest in wesentlichen Bereichen gut bestehen konnten. Gerade in schwierigen Zeiten bewährt sich eine wertorientierte Unternehmenskultur: Langfristigkeit und Nachhaltigkeit statt Ad-hoc-Politik und Populismus.

Liquidität

Die Krise braucht gleichzeitig drei Perspektiven: das Now, das Next und das Beyond. Das unmittelbare Heute bedeutete 2020 einerseits die Wahrnehmung der Sorgfaltspflicht gegenüber den Mitarbeiter*innen. Im Fokus stand parallel aber auch die Steuerung der Liquidität und des Umlaufvermögens zur Sicherung der wirtschaftlichen und operativen Leistungsfähigkeit.

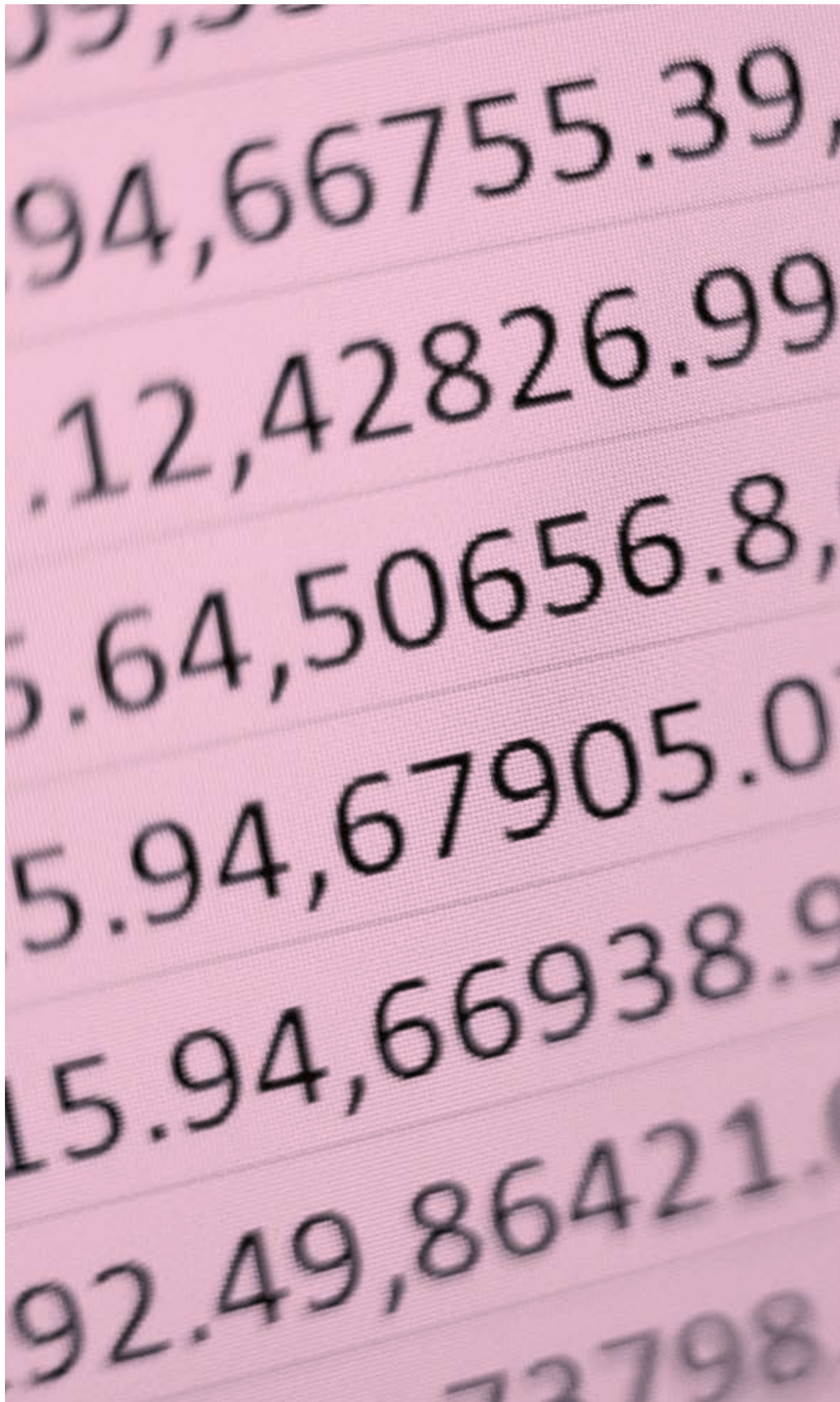
Rentabilität

Die Rentabilität gibt Aufschluss darüber, wie gut ein Unternehmen in der Lage ist, seinen erwirtschafteten Umsatz bzw. das eingesetzte Kapital in Gewinn umzuwandeln. Zu den beeinflussenden Faktoren zählen die Optimierung von Strukturen und Prozessen sowie der wirtschaftliche Einsatz von Ressourcen.

KPI 2

Umsatzren-
tabilität **8,8 %**

$$\frac{\text{EBIT}}{\text{Umsatzerlöse}}$$

Stabilität

Stabilität ist die Unempfindlichkeit gegenüber Störungen. In der Numerik beschreibt sie die Robustheit eines Verfahrens. Warum das an der Stelle erwähnt ist? Weil unter Stabilität vielfach nur ein emotionaler Anker verstanden wird, der uns in unsicheren Zeiten das Gefühl geben soll, gut aufgehoben zu sein. Stabilität ist aber auch eine Maßeinheit und als solche ist sie Teil unseres KPI-Sets, das Aufschluss über unsere finanzielle Robustheit gibt.

Konzernergebnis

Kostenkontrolle und Liquiditätssicherung sind nicht nur ein Gebot der Stunde. Die Devise des ordentlichen Kaufmanns, nicht mehr auszugeben, als man einnehmen kann, scheint manchmal etwas aus der Mode geraten. Für uns ist sie Teil der nachhaltigen Unternehmensstrategie. Der Fokus der Umdasch Group AG liegt seit jeher darauf, das strategische Wachstum aus den erwirtschafteten Gewinnen und somit aus eigenen Mitteln zu finanzieren. Das macht uns nicht nur unabhängig, sondern ermöglicht uns auch in Krisenzeiten Investitionen in die Zukunft. 2020 konnten wir unseren Betriebserfolg sogar leicht steigern (+4,4%). Das sichert uns eine solide Basis für unsere Investitionsvorhaben – und somit die Zukunft der Unternehmensgruppe.

KPI 3

Eigenkapital-
quote **61,4 %**

Eigenkapital
Gesamtkapital – liquide Mittel



Zahlen Daten Fakten 2020

Konzernabschluss und Konzernlagebericht der Umdasch Group AG zum 31. Dezember 2020

Allgemeines

Die Gesellschaft ist die zentrale Obergesellschaft der Umdasch Group mit den drei Sparten DOKA Schalungstechnik, umdasch Store Makers und Umdasch Group Ventures. Als Obergesellschaft übernimmt die Umdasch Group AG hauptsächlich die Gesamtsteuerung der Konzerngesellschaften sowie teilweise die Finanzierung und die Vermietung von Immobilien und Liegenschaften an die Tochtergesellschaften.

Konsolidierungsgrundlagen

Der Konzernabschluss wurde nach den Bestimmungen des österreichischen Unternehmensgesetzbuches (UGB) in der zum Bilanzstichtag geltenden Fassung für große Kapitalgesellschaften unter Beachtung der Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung sowie unter Beachtung der Generalnorm, ein möglichst getreues Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens zu vermitteln, aufgestellt. Allfällige Änderungen der Bewertung sind gesondert im Anhang erläutert. Die im Folgenden angeführten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden stimmen mit dem Konzept der Unternehmensfortführung überein.

In der Beilage 2 sind sämtliche verbundenen Unternehmen aufgelistet. Diese Unternehmen sind im Wege der Vollkonsolidierung berücksichtigt.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der Buchwertmethode. Aktive Unterschiedsbeträge wurden soweit möglich den stillen Reserven zugewiesen. Der aktivierte Firmenwert der Doka Schweiz AG wird über 15 Jahre abgeschrieben. Der Firmenwert der in 2019 erworbenen Rauh Betonschalungen AG wird über 10 Jahre abgeschrieben. Dieser Firmenwert ist durch Fusion mit der Doka Schweiz AG per 1.1.2020 auf diese übergegangen. Alle erworbenen Firmenwerte der umdasch Store Makers Group werden über 10 Jahre abgeschrieben (SEEN Media GmbH, umdasch Story Design a.s., umdasch Store Makers Croatia d.o.o. - vormals ATT Opremanje Interijera d.o.o., sowie die 2020 neu erworbene umdasch Madosan Raf Sistemleri TAS - Türkei). Auf den Firmenwert der umdasch Store Makers Croatia d.o.o. wurde im Jahr 2018 eine Teilwertabschrei-

bung um 50 % vorgenommen. Auf den Firmenwert der umdasch SEEN Media GmbH wurde in 2020 eine Teilwertabschreibung von 1 Mio. € gebucht.

Die anlässlich der Erstkonsolidierung zum 1.1.1994 festgestellten passiven Unterschiedsbeträge, die aus Gewinnthesaurierungen der Tochterunternehmen stammen, sind in der freien Rücklage enthalten. Kursdifferenzen wurden ergebnisneutral in das Eigenkapital gebucht.

Die im Rahmen der Schuldenkonsolidierung festgestellten Kursdifferenzen wurden ergebniswirksam ausgebucht.

Sämtliche konzerninternen Lieferungen und Leistungen werden im Rahmen der Aufwands- und Ertragskonsolidierung eliminiert. Weiters sind auch gegenseitig verrechnete Zinsaufwendungen und Zinserträge eliminiert worden.

Die aus den Bestandsveränderungen aus konzerninternen Lieferungen entstandenen Zwischengewinne sind ergebniswirksam ausgeschieden worden.

Latente Steuern werden auf Abgrenzungen für zeitliche Bewertungsunterschiede zwischen handels- und steuerrechtlichen Ansätzen, bei den Zwischengewinnen der Vorräte, sowie für ergebniswirksame Differenzen aus der Schuldenkonsolidierung berücksichtigt. Aktive und passive latente Steuern sind im Konzernabschluss getrennt ausgewiesen.

Die Währungsumrechnung wurde in der Bilanz mit dem Devisenmittelkurs zum Bilanzstichtag und in der Gewinn- und Verlustrechnung mit den Quartalsdurchschnittskursen des Jahres 2020 vorgenommen.

Verbundene Unternehmen

UMDASCH GROUP

FIRMA	SITZ	ANTEIL (direkt+indirekt)
Umdasch Group AG	AT-3300 Amstetten	
Umdasch Group Deutschland GmbH	DE-82216 Maisach	100 %
Umdasch Immobilien GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Umdasch Nieruchomosci sp. Z o.o	PL-50-102 Wroclaw	100 %
Umdasch Real Estate Netherlands B.V.	NL-5928LX Venlo	100 %
Umdasch Real Estate USA Ltd.	US-07643 Little Ferry	100 %
Umdasch Real Estate (UK) Ltd.	UK-ME17 4JD Maidstone	100 %
Umdasch Immobiliare S.R.L.	RO-077180 Judet ILFOV	100 %
OOO Umdasch Immob. Rus	RU-141800 Dmitrow	100 %

UMDASCH GROUP VENTURES

FIRMA	SITZ	ANTEIL (direkt+indirekt)
NeoTwin GmbH	DE-82166 Gräfelfing	51 %
Umdasch Group Ventures GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Umdasch Group NewCon GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Contact GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Neulandt GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Neulandt Cote d'ivoire	BP-117 Abidjan 08	100 %

DOKA GROUP

FIRMA	SITZ	ANTEIL (direkt+indirekt)
Doka GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Doka Beteiligungs-GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Lumus Consulting GmbH	DE-82214 Maisach	100 %
Doka Drevo sro	SK-97401 Banska Bystrica	100 %
OOO Doka Lipetsk	RU-399071 Lipetsk	100 %
Doka Production India Ltd	IN-411038 Maharashtra	100 %
Form-on GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Form-on USA Corp.	US-FL33169 Miami Beach	100 %
Concrefy B.V.	NL-5928 Venlo	100 %
BAS GmbH Deutschland	DE-Wesel	100 %
Doka DC Middle East FZE	U.A.E. Dubai	100 %
Doka DC North America Ltd.	US-60410 Channahon	100 %
Doka Distribution Center Apolda GmbH	DE-99510 Apolda	100 %
Doka Distribution Center Asia Pte Ltd	SG-609916 Singapore	100 %
DC Latin America S.A.	PA-Panama City	100 %
Doka Scaffolding Trading GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Deutsche Doka Schalungstechnik GmbH	DE-82216 Maisach	100 %
Doka Österreich GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Doka Schweiz AG	CH-8155 Niederhasli	100 %
Doka France SAS	FR-78610 Le Perray	100 %
Doka U.K. Formwork Technologies Ltd.	GB-Maidstone	100 %
Doka Ireland Formwork Technologies Ltd.	IE-Drogheda	100 %
Doka Nederland BV	NL-5342 PL Oss	100 %
Doka NV	BE-1740 Ternat	100 %
Doka Denmark APS	DK-4600 Koge	100 %
Doka Sverige AB	SE-45155 Uddevalla	100 %
Doka Norge AS	NO-3474 Aros	100 %
Doka Finland Oy	SF-03320 Selki	70 %
Doka Italia S.p.A.	IT-20060 Colturano MI	95 %
Doka Espana Encofrados S.A.	ES-28001 Madrid	100 %
Doka Portugal Confragens Lda	PT-2710-450 Sintra	100 %
Doka Hellas Formwork Technologies S.A.	GR-15351 Pallini	100 %
Doka Israel Formwork Technology Ltd	IL-40201 Kefar Vitkin	100 %
Magyar Doka Kft	HU-1037 Budapest	100 %
Ceská Doka bednici technika spol.s.ro.	CZ-19600 Prag	100 %
Doka Slovakia debniaca technika sro	SK-82104 Bratislava	100 %
Doka Polska Sp.z.o.o.	PL-03-046 Warszawa	100 %
Doka Eesti OÜ	EE-74206 Harjumaa	100 %
SIA Doka Latvia	LV-2167 Riga	100 %

UAB Doka Lietuva	LT-08300 Vilnius	100 %
Doka Romania Tehnica Cofrajelor S.R.L.	RO-077180 Tunari	100 %
Doka Bulgaria EOOD	BG-1588 Krivina, Sofia	100 %
OOO Doka Rus	RU-105094 Moskau	100 %
Doka Ukraine TOV	UA-04210 Kiew	100 %
IOOO Doka Belform	BY-223013 Minsk	100 %
Doka Slovenija opazna tehnologija d.o.o.	SI-4270 Jesenice	100 %
Doka Hrvatska d.o.o.	HR-10000 Zagreb	100 %
Doka Serb d.o.o.	RS-22310 Simanovic	100 %
Doka Saudi Arabia Company Ltd	SA-22766 Jeddah	100 %
Doka Saudi Trading LLC	SA-21425 Jeddah	100 %
Advanced Formworks Company LLC	SA-21425 Jeddah	100 %
Doka Muscat LLC	OM-Muscat, Oman	100 %
Doka Jordan LLC	JO-11953 Amman	100 %
Doka Kalip-Iskele Sanayi ve Ticaret A.S.	TR-41400 Gebze-Kocaeli	100 %
Doka Gulf FZE	AE-Dubai	100 %
Doka Emirates LLC	AE-Sharjah	100 %
Doka Qatar W.L.L.	QA-Doha	100 %
SARL Doka Algérie	DZ-16017 Roubia	100 %
Doka Maroc SARL AU	MA-Temara	100 %
Doka South Africa (Pty) Ltd	ZA-1619 Kempton Park	100 %
Doka Formwork Nigeria Ltd	NG-Lagos	100 %
Doka Mocambique, Lda	MZ-Maputo Cidade	100 %
Doka Egypt for Trading LLC	EG-Cairo, Masr El Gedida	100 %
Doka Egypt for Engineering Services LLC	EG-Cairo, Masr El Gedida	100 %
Doka Egypt for Imp. and Exp. LLC	EG-Cairo, Masr El Gedida	100 %
Doka USA Holding Ltd.	US-19808 Delaware	100 %
Doka Development LLC	US-19808 Delaware	100 %
Doka USA Ltd.	US-07643 Little Ferry	100 %
Doka Canada Ltd	CA-Calgary	100 %
Doka Brasil Formas para Concreto Ltda	BR-07.190-010 Camp Guarulhos/ São Paulo	100 %
Doka Chile Encofrados Limitada	CL-Santiago de Chile	100 %
Doka Panama S.A.	PA-Panama City	100 %
Doka Service C. LAM S.A.	PA-Panama City	100 %
Doka México S.de R.L. de C.V.	MX-Estado de México	100 %
Doka Colombia Encofrados S.A.S	CO-Bogota	100 %
Doka Peru S.A.C.	PE-16 Lima	100 %
Doka Formwork Pte. Ltd.	SG-609916 Singapore	100 %
Doka Formwork Malaysia Sdn. Bhd.	MY-47810 Petaling Jaya	100 %
Doka China Ltd.	HK-Wanchai	100 %
Doka Formwork (Shanghai) Co. Ltd.	CN-201109 Shanghai	100 %
Doka Philippines, Inc.	PH-1770 Muntinlupa City	100 %
Doka Formwork Australia Pty Ltd	AU-2566 Minton NSW	100 %
Lubeca Pty Ltd	AU-3047 Melbourne	100 %
Doka India Pvt Ltd.	IN-410210 Navi Mumbai	100 %

UMDASCH STORE MAKERS

FIRMA	SITZ	ANTEIL (direkt+indirekt)
umdasch Store Makers Management GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
umdasch Store Makers Amstetten GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
umdasch Store Makers Leibnitz GmbH	AT-8430 Leibnitz	100 %
Assmann Ladenbau Polska Sp.z.o.o.	PL-04193 Warschau	100 %
umdasch Digital Retail GmbH	AT-4020 Linz	100 %
umdasch Store Makers United Kingdom Ltd	GB-OX4 1JU Oxford	100 %
umdasch Store Makers Ireland Ltd	IR-Drogheda, County Louth	100 %
umdasch Store Makers Neidenstein GmbH	DE-74933 Neidenstein	100 %
umdasch Store Makers Constr.GmbH	DE-49078 Osnabrück	100 %
Umdasch Shopfitting LLC	AE-2182774 Dubai	100 %
Umdasch Shopfitting AG	CH-4802 Strengebach	100 %
Umdasch Shopfitting Srl	IT-39100 Bozen	100 %
umdasch Story Design a.s.	CZ-57001 Litomysl	100 %
OOO umdasch RU	RU-140103 Moskau	100 %
Story Design Ukraine t.o.v	UA-01034 Kiew	100 %
Story Design Invest Ukraine t.o.v	UA-01133 Kiew	100 %
umdasch Store Makers Croatia d.o.o.	HR-10000 Zagreb	100 %
umdasch Seen Media GmbH	DE-52070 Aachen	100 %
umdasch Madosan Raf Sistemleri TAS	TR-16130 Nilüfer, Bursa	55 %
umdasch Madosan Dis Ticaret Anonim	TR-16130 Nilüfer, Bursa	55 %

ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN

FIRMA	SITZ	ANTEIL (direkt+indirekt)
Contour Crafting Corporation	US-EI Segundo L.A.	30 %
Doka China Sales Ltd.	HK-Hong Kong	40 %
Shopreme GmbH	AT-8055 Graz	26 %
Atlantic Pacific Equipment LLC	US-Delaware	20 %

Konzernbilanz

Aktiva

Angaben in T€		31.12.2020	31.12.2019
A	ANLAGEVERMÖGEN		
I.	IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE		
	1. Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte	10.440	12.272
	2. Firmenwert	26.136	29.729
	3. Geleistete Anzahlungen	531	393
		37.107	42.394
II.	SACHANLAGEN		
	1. Bebaute Grundstücke Grundwert	100.656	94.382
	2. Bebaute Grundstücke Gebäudewert	205.174	201.481
	3. Unbebaute Grundstücke	14.005	14.926
	4. Technische Anlagen und Maschinen	51.132	54.950
	5. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	34.465	41.065
	6. Geleistete Anzahlungen und Anlagen in Bau	37.318	46.551
		442.750	453.355
III.	FINANZANLAGEN		
	1. Anteile an assoziierten Unternehmen	16.483	7.133
	2. Sonstige Beteiligungen	176	202
	3. Wertpapiere des Anlagevermögens	12.089	11.475
		28.748	18.810
		508.605	514.559
B	UMLAUFVERMÖGEN		
I.	VORRÄTE		
	1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	22.131	23.513
	2. Unfertige Erzeugnisse	13.165	14.940
	3. Fertige Erzeugnisse und Waren	186.563	238.759
	4. Der Vermietung dienende Schalungen	398.989	430.213
	5. Noch nicht abrechenbare Leistungen	8.063	5.265
	6. Geleistete Anzahlungen	1.028	1.820
		629.939	714.510
II.	FORDERUNGEN UND SONSTIGE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE		
	1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 3.077 (VJ: 1.339)	271.424	347.594
	2. Sonstige Forderungen und Vermögensgegenstände davon davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 22.036 (VJ: 25.183)	70.349	83.795
		341.773	431.389
III.	SONSTIGE WERTPAPIERE UND ANTEILE	40.325	21.088
IV.	KASSENBESTAND, GUTHABEN BEI KREDITINSTITUTEN	179.239	59.226
		1.191.276	1.226.213
C	RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	6.235	8.465
D	AKTIVE LATENTE STEUERN	53.227	65.960
		1.759.343	1.815.197

Konzernbilanz

Passiva

Angaben in T€		31.12.2020	31.12.2019
A	EIGENKAPITAL		
I.	Eingefordertes und einbezahltes Grundkapital	36.350	36.350
II.	Gebundene Kapitalrücklagen	25.821	25.821
III.	Gewinnrücklagen		
	1. Gesetzliche Rücklage	2.151	2.151
	2. Andere Rücklagen	683.315	703.888
		685.466	706.039
IV.	BILANZGEWINN davon Gewinnvortrag 167.995 (VJ: 131.298)	189.586	179.995
	Auf Muttergesellschaft entfallendes Eigenkapital	937.223	948.205
V.	NICHT BEHERRSCHENDE ANTEILE	7.621	9.212
		944.844	957.417
B	RÜCKSTELLUNGEN		
	1. Rückstellungen für Abfertigungen	46.056	46.855
	2. Rückstellungen für Pensionen	14.570	14.624
	3. Steuerrückstellungen	83.617	63.037
	4. Rückstellung latente Steuern	12.259	10.917
	5. Sonstige Rückstellungen	130.304	127.903
		286.806	263.336
C	VERBINDLICHKEITEN		
	1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten davon mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr 98.550 (VJ: 153.392) davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 268.996 (VJ: 265.475)	367.546	418.867
	2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen davon mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr 13.864 (VJ: 13.793) davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 245 (VJ: 0)	14.109	13.793
	3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen davon mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr 87.946 (VJ: 117.619) davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 506 (VJ: 409)	88.452	118.028
	4. Sonstige Verbindlichkeiten davon mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr 54.618 (VJ: 42.595) davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 2.340 (VJ: 655) davon aus Steuern 27.566 (VJ: 26.090) davon im Rahmen der sozialen Sicherheit 7.950 (VJ: 7.140)	56.958	43.250
		527.065	593.938
	davon mit einer Restlaufzeit bis 1 Jahr 254.978 (VJ: 327.399) davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 272.087 (VJ: 266.539)		
D	RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	628	506
		1.759.343	1.815.197

Konzern Gewinn- & Verlustrechnung

Angaben in T€		2020	2019
1.	Umsatzerlöse	1.411.444	1.517.234
2.	Veränderung des Bestandes an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	-80.053	-8.137
3.	Andere aktivierte Eigenleistungen	1.189	2.603
4.	Sonstige betriebliche Erträge		
	a) Erträge aus dem Abgang vom und der Zuschreibung zum Anlagevermögen	882	2.100
	b) Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	3.173	2.164
	c) Übrige	36.158	20.212
		40.213	24.476
5.	Aufwendungen für Material und sonstige bezogene Herstellungsleistungen		
	a) Materialaufwand	-353.231	-486.952
	b) Aufwendungen für bezogenen Leistungen	-108.250	-105.683
		-461.481	-592.635
6.	Personalaufwand		
	a) Löhne	-110.201	-116.850
	b) Gehälter	-261.712	-261.456
	c) Soziale Aufwendungen		
	aa) Aufwendungen für Altersversorgung	-2.568	-2.662
	bb) Aufwendungen für Abfertigungen und Leistungen an betriebliche Mitarbeitervorsorgekassen	-17.198	-9.942
	cc) Aufwendungen für gesetzlich vorgeschriebene Sozialabgaben sowie vom Entgelt abhängige Abgaben und Pflichtbeiträge	-79.556	-79.122
	dd) Sonstige Sozialabgaben	-9.001	-10.537
		-480.236	-480.569
7.	Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen		
	a) Planmäßige Abschreibungen	-48.693	-47.088
	b) Außerplanmäßige Abschreibungen	-2.924	-285
		-51.617	-47.373
8.	Sonstige betriebliche Aufwendungen		
	a) Steuern, ausgenommen vom Einkommen und vom Ertrag	-5.906	-6.053
	b) Übrige	-249.640	-290.795
		-255.546	-296.848
9.	BETRIEBSERFOLG	123.913	118.751

Angaben in T€		2020	2019
10.	Erträge aus anderen Wertpapieren des Anlagevermögens	100	101
11.	Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	4.886	12.122
12.	Erträge aus dem Abgang von und der Zuschreibung zu Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens	0	96
13.	Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	-1.942	-890
14.	Aufwendungen aus Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens davon aus Abschreibungen 19 (VJ: 0)	-22	-3
15.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-45.629	-25.485
16.	FINANZERFOLG	-42.607	-14.059
17.	KONZERNERGEBNIS VOR STEUERN	81.306	104.692
18.	Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		
	a) Laufende Steuern davon aperiodischer Aufwand 15.331 (VJ: Ertrag 4.005)	-46.299	-34.631
	b) Latente Steuern davon aperiodischer Aufwand 1.303 (VJ: 0)	-14.246	-7.115
		-60.545	-41.746
19.	KONZERNERGEBNIS NACH STEUERN = KONZERNJAHRESÜBERSCHUSS	20.761	62.946
20.	Auf nicht beherrschende Anteile entfallendes Ergebnis	904	-619
21.	Zuweisung zu Gewinnrücklagen	-74	-13.630
22.	Gewinnvortrag	167.995	131.298
23.	BILANZGEWINN	189.586	179.995

Konzern- Eigenkapitalspiegel

Angaben in T€	Grundkapital	Kapitalrücklagen	Gewinnrücklagen	Bilanzgewinn	auf Muttergesellschaft entfallendes Eigenkapital	nicht beherrschende Anteile	Gesamt
Stand 1.1.2019	36.350	25.821	685.686	166.298	914.155	5.427	919.582
Währungsdifferenzen			6.723		6.723		6.723
Ausschüttungen				-35.000	-35.000	-1.458	-36.458
Jahresergebnis				62.327	62.327	619	62.946
Umbuchungen			13.630	-13.630			
Kapitalerhöhungen						4.624	4.624
Stand 31.12.2019	36.350	25.821	706.039	179.995	948.205	9.212	957.417
Währungsdifferenzen			-20.647		-20.647		-20.647
Ausschüttungen				-12.000	-12.000	-900	-12.900
Jahresergebnis				21.665	21.665	-904	20.761
Umbuchungen			74	-74			
Kapitalerhöhungen						213	213
Stand 31.12.2020	36.350	25.821	685.466	189.586	937.223	7.621	944.844

Konzern Cash Flow Rechnung

Angaben in T€	2020	2019
Konzernergebnis nach Steuern	20.761	62.946
Planmäßige Abschreibungen	48.692	47.088
Außerplanmäßige Abschreibungen	2.924	285
Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	1.942	710
Abschreibung von Finanzanlagen	4	180
Zuschreibung auf Sachanlagen	0	-802
Veräußerungsergebnis vom Anlagevermögen	-22	-913
Steueraufwand	60.544	41.747
Steuerzahlungen	-28.226	-56.430
nicht operativer Zins- u. Währungssaldo	39.915	13.350
Sonstige zahlungsunwirksame Veränderungen	40.700	-10.059
Veränderung der		
Vorräte	41.042	26.486
Der Vermietung dienende Schalungen	5.771	-10.663
Kundenforderungen	57.297	30.875
Forderungen und sonstige Umlaufaktiva, ARA	12.058	-13.445
Kurzfristige Rückstellungen	5.297	-5.548
Langfristige Rückstellungen	1.239	1.155
Lieferverbindlichkeiten	-16.158	-19.376
Andere Verbindlichkeiten, PRA	13.262	4.297
MITTELZUFLUSS AUS DER LAUFENDEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT	307.042	111.883
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände	-46.713	-97.242
Veränderung Verbindlichkeiten aus Investitionen	-11.906	7.749
Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-12.181	-421
Veränderung Verbindlichkeiten aus Finanzanlagen	2.168	0
Investitionen in das Finanzumlaufvermögen	-44.930	0
Veräußerungserlöse aus dem Finanzumlaufvermögen	693	0
Auszahlungen aus Unternehmenserwerben	-3.608	-14.573
Veräußerungserlöse vom Anlagevermögen	2.469	5.345
Zinsertrag Wertpapiere Anlagevermögen	100	101
MITTELABFLUSS AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT	-113.908	-99.041
Gewinnausschüttungen	-12.900	-36.458
Eigenkapitalzuschuss von Minderheiten	212	4.624
Auf-/ Abnahme kurzfristiger Kreditverbindlichkeiten	-52.594	-10.775
Aufnahme langfristiger Kreditverbindlichkeiten	30.000	42.000
Rückzahlung langfristiger Kreditverbindlichkeiten	-20.886	-6.368
Veränderung sonstiger langfristiger Verbindlichkeiten	1.685	-678
Zins- u. Währungssaldo aus Finanzierungen	-40.015	-13.451
MITTELABFLUSS AUS DER FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT	-94.498	-21.106
VERÄNDERUNG DER LIQUIDEN MITTEL	98.636	-8.264

LIQUIDE MITTEL (KASSENBESTAND UND GUTHABEN BEI KREDITINSTITUTEN)	2020	2019
Stand 1.1.	80.314	87.127
Umgliederung liquider Mittel mit Laufzeit > 3 Monate	-21.088	0
Währungsdifferenzen	-3.623	1.451
Stand 31.12.	154.239	80.314
ZAHLUNGSWIRKSAME VERÄNDERUNG DER LIQUIDEN MITTEL	98.636	-8.264

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Immaterielle Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen, bewertet. IT-Software wird auf 3 bis 5 Jahre, Anschlussrechte werden auf 10 Jahre abgeschrieben.

Sachanlagen sind zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen, angesetzt. Die Herstellungskosten umfassen die direkten Kosten. Soziale Aufwendungen sowie Fremdkapitalzinsen sind nicht aktiviert.

Die planmäßige Abschreibung erfolgt linear mit folgenden Nutzungsdauern:

Büro- und Verwaltungsgebäude	33 – 50 Jahre
Produktions- und Lagerhallen	20 – 40 Jahre
Technische Anlagen und Maschinen	5 – 10 Jahre
Betriebs- und Geschäftsausstattung	4 – 15 Jahre
Fahrzeuge	3 – 5 Jahre

Geringwertige Vermögensgegenstände werden im Zugangsjahr voll abgeschrieben sowie als Zugang und Abgang dargestellt.

Die Anteile an assoziierten Unternehmen betreffen die 30 %ige Beteiligung an der Contour Crafting Corporation sowie die 40 %ige Beteiligung an der Doka China Sales Ltd. (Hongkong). Im Jahr 2020 neu hinzugekommen sind eine 26 % Beteiligung an der Shopreme GmbH Österreich sowie eine 20 % Beteiligung an der Atlantic Pacific Equipment LLC in den USA. Alle assoziierten Unternehmen sind mit der at equity Methode konsolidiert.

Die bei der erstmaligen Anwendung der Equitykonsolidierung aufgedeckten Unterschiedsbeträge wurden

in den Gesellschaften auf Firmenwerte, vorhandenen Patenten und bewertbarem Know How zugeordnet und werden über eine Nutzungsdauern zwischen 5 und 17 Jahren abgeschrieben. Der Unterschiedsbetrag zwischen Buchwert und anteiligem Eigenkapital der Atlantic Pacific Equipment LLC zum Zeitpunkt der Erstkonsolidierung am 31.10.2020 beträgt 5.947 T€, jener an der Shopreme GmbH am 31.8.2020 beträgt 2.953 T€.

Alle übrigen Finanzanlagen sind zu Anschaffungskosten bilanziert. Außerplanmäßige Abschreibungen und Zuschreibungen werden berücksichtigt.

Im Vorratsvermögen sind die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe mit durchschnittlichen Anschaffungskosten oder niedrigeren Tageswerten bewertet. Anschaffungsnebenkosten und Anschaffungskostenminderungen sind berücksichtigt. Für zu hohe Reichweiten und spezielle Risiken werden zusätzliche Wertberichtigungen gebildet.

Unfertige und fertige Erzeugnisse sind mit durchschnittlichen Konzernherstellungskosten bewertet. Diese enthalten die Einzelkosten sowie anteilige produktionsbezogene Gemeinkosten. Verwaltungsgemeinkosten, soziale Aufwendungen sowie Fremdkapitalzinsen sind nicht angesetzt. Zur Sicherung einer verlustfreien Bewertung werden Abschläge bei größeren Lagerreichweiten vorgenommen.

Die der Vermietung dienenden Schalungen sind ebenfalls zu Konzernherstellungskosten angesetzt, wobei eine planmäßige Wertminderung aufgrund einer geschätzten Nutzungsdauer von 6 bis 8 Jahren bzw. 14 bzw. 20 Jahren (für sehr langlebige Produkte im Schwerlastbereich, die nicht betonberührend sind) abgesetzt wird. Für überdurchschnittliche Liegegrade und spezielle Risiken bei den vermieteten Schalungen werden zusätzliche Wertberichtigungen gebildet.

Aufgrund der vom Konzern beabsichtigten und von den Kunden auch tatsächlich regelmäßig erfolgten Ausübung der Kaufoption nach Ablauf einer kurzen Mietzeit sowie der häufigen Gebrauchtverkäufe aus dem Mietpark hat dieser Posten kurzfristigen Charakter, sodass er im Umlaufvermögen ausgewiesen ist.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sind zum Nennwert bilanziert. Im erforderlichen Umfang wurden Einzelwertberichtigungen vorgenommen. Überfällige Forderungen wurden pauschal wertberichtigt. Covid bedingt erfolgte eine Anpassung des Pauschalsatzes für die Wertberichtigungen von 2 % auf 4 %. Zusätzlich werden damit ab 2020 auch noch nicht fällige und bis zu einem halben Jahr überfällige Forderungen wertberichtigt. Fremdwährungsforderungen sind mit dem Anschaffungskurs oder dem niedrigeren Kurs zum Bilanzstichtag bewertet.

Der Ansatz der Wertpapiere des Umlaufvermögens erfolgt zu Anschaffungskosten bzw. zu den niedrigeren Börsenkursen am Bilanzstichtag.

Latente Steuerabgrenzungen auf zeitliche Differenzen zwischen Bilanzansätzen und steuerlich maßgeblichen Werten sowie auf Konsolidierungsbuchungen werden entsprechend gebildet.

Im Eigenkapital entsprechen das Grundkapital, die gebundenen Kapitalrücklagen, die gesetzliche Rücklage sowie der Bilanzgewinn den Werten des Einzelabschlusses der Umdasch Group AG.

Die Abfertigungs- und Jubiläumsgeldrückstellungen wurden versicherungsmathematisch nach der PUC-Methode („projected unit credit method“) ermittelt, wobei als rechnungsmäßiges Pensionsantrittsalter das frühestens mögliche Anfallsalter für die (vorzeitige) Alterspension

gemäß Pensionsreform 2004 unter Berücksichtigung der Übergangsregelungen zugrunde gelegt wurde. Der Berechnung liegt die neue Pensionstafel AVÖ 2018-P zu Grunde. Als Rechnungszinssatz wurde ein 7-Jahresdurchschnittswert von 1,60 % (Vorjahr 1,97 %) gewählt. Für die Gehaltsvalorisierung wurde ein unterschiedlicher 4-Jahresdurchschnitt angesetzt; dieser bewegte sich bei den inländischen Gesellschaften für die Abfertigungsrückstellung in einer Bandbreite von 2,60 % bis 2,90 %. Bei der Jubiläumsgeldrückstellung wurden dienstjahresabhängiger Fluktuationsabschläge von 6,5 % im 1. Dienstjahr auslaufend auf 0,0 % ab dem 15. Dienstjahr gerechnet.

Die Pensionsverpflichtungen wurden ebenfalls versicherungsmathematisch nach der PUC Methode unter Ansatz eines 7-Jahresdurchschnittszinssatzes von 1,60 % (Vorjahr 1,97 %) und einer Valorisierung von 1,50 % (Leistungs- und Anwartschaftsphase) bewertet. Der Berechnung liegt die neue Pensionstafel AVÖ 2018-P zu Grunde.

Die sonstigen Rückstellungen werden für alle zum Zeitpunkt der Bilanzerstellung erkennbaren Risiken sowie der Höhe und dem Grunde nach ungewissen Verbindlichkeiten gebildet.

Verbindlichkeiten sind mit dem Erfüllungsbetrag angesetzt. Fremdwährungsverbindlichkeiten sind zum Entstehungskurs bzw. dem höheren Kurs am Bilanzstichtag bewertet.

Erläuterungen zur Konzernbilanz per 31.12.2020

In den Konsolidierungskreis wurden 2020 die neu gegründeten Gesellschaften Doka US Holding Ltd., Doka Development LLC, Doka Scaffolding Trading GmbH, umdasch Madosan Rif Sistemleri TAS und umdasch Madosan Dis Ticaret aufgenommen.

Aus dem Konsolidierungskreis ausgeschieden ist die Rauh Betonschalungen AG durch Fusion mit der Doka Schweiz AG per 1.1.2020 sowie die liquidierte Gesellschaft ATT Interjeri d.o.o. Serbien.

Die Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände in Höhe von 2,0 Mio. € betreffen zum Großteil verschiedene Softwareprodukte und Konzernlizenzen in der zentralen IT in Amstetten.

In Sachanlagen wurden insgesamt 44,7 Mio. € investiert – Corona bedingt war das nur knapp mehr als die Jahresabschreibung auf Sachanlagen mit 42,5 Mio. €. Die größte Einzelinvestition betrifft die noch in Bau befindliche neue Pulverbeschichtungsanlage am Standort St. Martin mit anteiligen Baukosten von 9,8 Mio. €. Weiters wurden bauliche Investitionen in die Niederlassung Graz in der Höhe von 1,1 Mio. € und maschinelle Investitionen in die Produktionsstandorte Amstetten und St. Martin in der Höhe von 3,1 Mio. € getätigt.

Die Fertigstellung der neuen Länderzentrale in Polen (Warschau) hat Investitionen in der Höhe von 4,9 Mio. € nach sich gezogen, eine Grundstückserweiterung für die Länderzentrale in Rumänien hat rund 0,9 Mio. € gekostet und für ein Grundstück in Florida wurde eine Anzahlung von rund 1,3 Mio. € geleistet. Bei den Zugängen in Betriebs- und Geschäftsausstattung in der Höhe von insgesamt 7,2 Mio. € handelt es sich weitgehend um Ersatzinvestitionen.

In den Anteilen an assoziierten Unternehmen sind neben dem 30% Anteil an der amerikanischen Contour Crafting Corporation Ltd. und dem 40 % Anteil an der Doka China Sales Ltd. (Hongkong) im Jahr 2020 eine 26 % Beteiligung an der Shopreme GmbH in Österreich und eine 20 % strategische Beteiligung an der Atlantic Pacific Equipment LLC neu hinzugekommen.

Die Wertpapiere des Anlagevermögens dienen weitgehend der Besicherung von Pensionsverpflichtungen und sind an die Begünstigten verpfändet. Aufgrund gesunkener Kurswerte sind Abwertungen von 4 T€ (Vorjahr Aufwertungen von 88 T€) erfolgt.

Die Vorräte enthalten 186.563 T€ (Vorjahr 238.759 T€) fertige Erzeugnisse und Waren. Die Fertigerzeugnisse der Doka werden hauptsächlich in Österreich und teilweise in der Slowakei (Schalungsplatten) gefertigt. Die Sparte umdasch Store Makers hat ihre Hauptproduktion in Österreich und in Tschechien.

Die der Vermietung dienenden Schalungen haben einen Buchwert von 398.989 T€ (Vorjahr 430.213 T€) – dabei handelt es sich um großteils eigene Erzeugnisse, die über die Doka Vertriebsstruktur an Kunden vermietet werden.

In den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind Pauschalwertberichtigungen von 18.074 T€ (Vorjahr: 11.294 T€) enthalten. Ein Betrag von 6.539 T€ stammt dabei aus der Anpassung des Wertberichtigungsprozentsatzes auf 4%. Von den Forderungen aus Lieferung und Leistungen sind 3.310 T€ (Vorjahr: 4.530 T€) wechselfähig verbrieft.

In den sonstigen Forderungen sind im wesentlichen Forderungen aus Steuern vom Einkommen und Ertrag

sowie sonstigen Steuern in der Höhe von 40.788 T€ (Vorjahr: 47.593 T€) enthalten. In den sonstigen Forderungen sind 21.322 T€ (Vorjahr: 23.720 T€) an Erträgen enthalten, die erst nach dem Bilanzstichtag zahlungswirksam werden.

Die Wertpapiere des Umlaufvermögens beinhalten ausschließlich Anleihen und Rentenfonds mit Anschaffungskosten von 40.370 T€ (Vorjahr: 21.118 T€). Geringfügige Abschreibungen sind erfolgt.

Die aktiven und passiven latenten Steuern betreffen Steuerabgrenzungen gemäß § 198 Abs. 10 UGB und sind unter Anwendung der in den einzelnen Ländern gültigen Steuersätze berechnet worden. Weiters wurde bei der Bilanzierung pro Land die Realisierbarkeit der aktiven Steuerlatenz in den nächsten Jahren nach voraussichtlicher Verrechenbarkeit berücksichtigt. Aktive und passive Steuerlatenzen sind pro Gesellschaft saldiert auf der jeweils größeren Seite dargestellt.

Im Einzelnen errechnet sich auf die wesentlichen Bilanzpositionen nachfolgende latente Steuer:

Angaben in T€	Aktive latente Steuern 31.12.2020	Passive latente Steuern 31.12.2020	Aktive latente Steuern 31.12.2019	Passive latente Steuern 31.12.2019
Anlagevermögen	233	-3.226	1.000	-2.347
Vorräte	7.587	923	9.786	1.094
Der Vermietung dienende Schalungen	30.297	-8.144	39.365	-7.674
Forderungen	4.936	2.031	7.122	1.744
Personalrückstellungen	5.181	192	5.912	98
sonstige Rückstellungen	2.424	-1.109	2.581	-1.344
Bewertungsreserven	-947	-5.512	-1.158	-5.135
Verlustvorträge	5.740	2.754	6.220	2.787
sonstiges	-2.224	-168	-4.868	-140
Latente Steuer lt. Bilanz	53.227	-12.259	65.960	-10.917

Das Grundkapital beträgt unverändert 36.350 T€ und ist auf 5 Millionen nennbetragslose Stückaktien aufgeteilt.

Sonstige Rückstellungen

Angaben in T€	2020	2019
Jubiläumsgeldrückstellung	8.298	7.975
sonstige personalbezogene Rückstellungen	49.647	48.584
Rückstellungen für Garantien u. Gewährleistungen	8.829	7.473
RST für auftragsbezogene Fertigstellungsarbeiten	11.145	7.508
Rückstellung für Rückkaufverpflichtungen	5.120	6.199
Rückstellung für Erlösminderungen	7.744	6.612
Rückstellung für fehlende Rechnungen	11.390	15.872
RST Drohverluste aus schwebenden Geschäften	6.816	4.269
Rückstellung für Provisionen Fremde	2.065	2.886
restliche sonstige Rückstellungen	19.250	20.525
Summe sonstige Rückstellungen	130.304	127.903

In den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sind 36.605 T€ (Vorjahr: 48.921 T€) mit einer Restlaufzeit von mehr als 5 Jahren enthalten. Von den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten mit einer Restlaufzeit bis 1 Jahr stammen 57.164 T€ (Vorjahr: 97.164 T€) aus Exportfinanzierungen mit revolvingem Charakter.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen beinhalten 5.370 T€ (Vorjahr: 17.276 T€) Verbindlichkeiten für Investitionen.

In den sonstigen Verbindlichkeiten sind 25.260 T€ (Vorjahr: 14.425 T€) Aufwendungen enthalten, die erst nach dem Bilanzstichtag zahlungswirksam werden.

Die Eventualverbindlichkeiten aus Bankgarantien und Wechselobligo betragen 14.059 T€ (Vorjahr: 11.186 T€).

Die Verpflichtungen aus der Nutzung von in der Bilanz nicht ausgewiesenen Sachanlagen betragen für 2021 insgesamt 24.382 T€ (Vorjahr 25.079 T€) sowie für die Jahre 2021-2025 77.732 T€ (Vorjahr 81.689 T€).

Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung 2020

Die Gewinn- und Verlustrechnung wird nach dem Gesamtkostenverfahren erstellt.

Die Umsatzerlöse bestehen zum Großteil aus Verkauf- und Mieterlösen von Doka Schalungsprodukten sowie der Planung, Lieferung und Montage von Ladeneinrichtungen in der Sparte umdasch Store Makers.

Umsatzerlöse nach Sparten

Angaben in T€	2020	2019
Doka Schalungstechnik	1.169.770	1.276.445
umdasch Store Makers	241.459	240.749
Umdasch Group Ventures	215	41
Summe Umsatz	1.411.444	1.517.235

Umsatzerlöse nach Regionen

Angaben in T€	2020	2019
Österreich	191.401	181.590
Europäische Union	684.369	740.415
Restliches Europa	135.389	121.758
Außerhalb Europas	400.285	473.471
Summe Umsatz	1.411.444	1.517.235

Der Umsatzrückgang in der Höhe von fast 7 % hat sich regional stark unterschiedlich dargestellt. Während in Österreich und in Zentraleuropa die Umsätze sogar leicht höher waren als 2019, war in der restlichen Europäischen Union und im restlichen Europa ein Umsatzrückgang nicht zu vermeiden. Insgesamt ist damit in

Europa der Umsatz gegenüber 2019 um knapp mehr als 3 % zurückgegangen. Außerhalb Europas war der Umsatzrückgang mit mehr als 15 % deutlich höher. Mit Ausnahme von Nordamerika (ca. 6 % Umsatzrückgang) waren alle anderen Regionen von zweistelligen Rückgängen betroffen.

Übrige sonstige betriebliche Erträge

Angaben in T€	2020	2019
Kursgewinne	6.761	7.260
Zuschüsse und Förderungen	3.068	2.004
Corona-Kurzarbeitsunterstützungen	24.248	0
Auflösung von Wertberichtigungen	0	7.328
Versicherungsvergütungen	706	739
Wiedereingang abgeschriebener Forderungen	190	448
Diverse Erträge	1.185	2.433
Summe übrige sonstige betriebliche Erträge	36.158	20.212

Im Materialaufwand sind Abschreibungen auf die der Vermietung dienenden Schalungen in Höhe von 131.681 T€ (Vorjahr: 131.935 T€) enthalten.

Übrige sonstige betriebliche Aufwendungen

Angaben in T€	2020	2019
Transportkosten	77.161	86.362
Ausbuchung von Kundenforderungen	18.338	22.290
Dotierung WB zu Kunden- u. sonstigen Ford.	12.078	9.873
Miet- und Pachtaufwand	29.567	30.691
Werbeaufwand	6.826	15.069
Instandhaltungen	14.294	20.824
Reisekosten	11.259	24.941
Beratungskosten	27.138	31.313
Kursverluste	16.334	7.775
Diverse Aufwendungen	36.645	41.657
Summe übrige sonstige betrieb. Aufwendungen	249.640	290.795

In den sonstigen Zinsen und ähnlichen Erträgen sind Kursgewinne aus der Finanzierung in Höhe von 4.085 T€ (Vorjahr: 11.397 T€) enthalten. In den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen sind Kursverluste aus der Finanzierung in der Höhe von 30.932 T€ (Vorjahr: 5.199 T€) enthalten.

In den Steuern vom Einkommen und Ertrag sind Aufwendungen aus der Veränderung der latenten Steuern in der Höhe von 14.246 T€ (Vorjahr: 7.115 T€) enthalten. Ein Aufwand in der Höhe von 15.331 T€ (Vorjahr: Ertrag 4.005 T€) bezieht sich auf Steuern aus Vorperioden und betrifft großteils Vorsorgen für eine Steuerprüfung im arabischen Raum. Die Gesellschaft ist Gruppenträgerin im Sinne des § 9 KStG („Stand-alone“-Methode). In die steuerliche Unternehmensgruppe sind sowohl in- als auch ausländische Tochtergesellschaften einbezogen.

In den Aufwendungen für Abfertigungen und Leistungen an betriebliche Mitarbeiter sind 15.656 T€ (Vorjahr: 8.469 T€) an Aufwendungen für Abfertigungen enthalten.

Mit den inländischen Gruppenmitgliedern besteht ein Gruppen- und Steuerausgleichsvertrag, wonach die Körperschaftsteuer von der Gesellschaft abgeführt und an die Gruppenmitglieder weiterverrechnet wird. Ab 2018 wird im Falle von Verlusten eine negative Steuerumlage gutgeschrieben.

Erläuterungen zur Konzern-Cash Flow Rechnung 2020

Die Darstellung erfolgt nach der indirekten Methode. Die dabei berücksichtigten Veränderungen von Bilanzpositionen im Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit werden um Effekte aus der Währungsumrechnung bereinigt.

Die Cash Flows aus der Investitions- und Finanzierungstätigkeit werden zahlungsbezogen ermittelt. Die Dividendenzahlungen werden als Teil der Finanzierungstätigkeit ausgewiesen. Die liquiden Mittel umfassen den Kassenbestand und die Guthaben bei Kreditinstituten mit Restlaufzeiten bis zu drei Monaten.

Angaben in T€	2020
Stand liquide Mittel lt. Bilanz	179.239
Abzüglich kurzfristige Veranlagungen (Ltz. > 3 Monate)	-25.000
Stand Finanzmittelfonds (liquide Mittel)	154.239

Die im Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit enthaltenen Auszahlungen aus Unternehmenserwerben setzen sich wie folgt zusammen:

Angaben in T€	2020	2019
Übernommenes		
Anlagevermögen	- 688	-1.174
Umlaufvermögen	- 2.564	- 10.451
Rückstellungen	+ 194	+ 1.622
Verbindlichkeiten	+ 2.964	+ 2.563
Eigenkapital	- 94	- 7.440
Anteiliges Eigenkapital 55 % (Vj.100 %)	- 52	- 7.440
Firmenwert	- 2.364	- 7.647
Kaufpreis Unternehmenserwerb	- 2.416	- 15.087
Veränd. Verbindlichkeiten Unternehmenskauf	- 1.240	- 2.152
Übernommene Liquide Mittel	+ 48	+ 2.666
Auszahlungen aus Unternehmenserwerben	- 3.608	- 14.573

Sonstige Angaben

• Finanzinstrumente

Trotz Konsolidierung der Konzernverrechnungen bleibt das zugrundeliegende Währungsrisiko bestehen, welches mit nachfolgenden Devisentermingeschäften gesichert wurde.

• Zinsswaps ohne Bewertungseinheit für einen Teil der langfristigen Kreditfinanzierung

Es sind Zinsswaps im Nominale von 65,0 Mio. € (Vorjahr: 65,0 Mio. €) mit negativem Marktwert von 5.810 T€ (Vorjahr: 4.167 T€) im Bestand. Aufgrund unterschiedlicher

Laufzeiten der Grundgeschäfte konnte keine Bewertungseinheit gebildet werden. Für die negativen Marktwerte wurde daher mit einer Drohverlustrückstellung vorgesorgt.

• Devisenterminverkäufe ohne Bewertungseinheit

Am Bilanzstichtag waren Euro-Devisentermingeschäfte ohne Bewertungseinheit im Ausmaß von 9.000 T€ (Vorjahr: 10.050 T€) mit einem positiven Marktwert von 167 T€ (Vorjahr: 246 T€) im Bestand.

• Devisenterminverkäufe mit Bewertungseinheit zu Konzernfinanzierungen

alle Werte in 1.000		Nominale 2020	T€-Wert 2020	Nominale 2019	T€-Wert 2019
AED	Arabischer Dirham	40.000	9.374	40.000	9.473
AUD	Australischer Dollar	12.000	7.362	12.000	7.371
CAD	Kanadischer Dollar	14.000	8.969	22.000	14.853
EUR	Euro	12.000	12.000	22.000	22.000
CLP	Chilenischer Peso	0	0	3.000.000	3.495
GBP	Sterling Pfund	7.000	7.747	7.000	7.828
PEN	Peruanischer Sol	0	0	15.000	3.960
PLN	Polnischer Zloty	60.000	13.264	60.000	13.753
SAR	Saudi-Arabischer Rial	45.000	9.804	45.000	10.643
SGD	Singapur-Dollar	8.000	4.980	8.000	5.133
USD	US-Dollar	42.700	35.830	46.200	40.675
			109.330		139.184
Positiver Marktwert T€			3.414		3.436
Negativer Marktwert T€			-210		-1.796

Aufgrund des Sicherungszusammenhangs mit den Grundgeschäften ist die Bildung einer Drohverlustrückstellung für die negativen Marktwerte unterblieben.

• Sonstiges

Die Aufwendungen für den Abschlussprüfer für die Prüfung von in den Konzernabschluss einbezogenen Jahresabschlüssen von österreichischen Tochterunternehmen und den Konzernabschluss betragen 207 T€ (Vorjahr 200 T€).

• Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Neben der andauernden weltweiten Corona Pandemie liegen keine weiteren besonderen Ereignisse nach dem Bilanzstichtag vor.

• Ergebnisverwendung

Der Vorstand wird dem Aufsichtsrat eine Dividende von € 20 Mio. vorschlagen.

• Organe

Vorstand:

Dr. Andreas J. Ludwig, Vorsitzender
Prof. Dipl. Ing. Mag. Friedrich Rödler

Aufsichtsrat:

Hilde Umdasch, Vorsitzende
Alfred Umdasch, stellv. Vorsitzender
Mag. Dr. Reinhold Süßenbacher
Dr. Jörg Jakobljevič

Amstetten, 21. April 2021

Der Vorstand



Dr. Andreas J. Ludwig



Prof. Dipl. Ing. Mag. Friedrich Rödler

Hinsichtlich der Bezüge des Vorstandes gem. § 239 (1) Z 4 wird die Schutzklausel gem. § 242 (4) UGB angewendet. Die Bezüge ehemaliger Vorstandsmitglieder betragen 584 T€ (Vorjahr 576 T€).

An die Mitglieder des Aufsichtsrates wurden Vergütungen von 150 T€ (Vorjahr: 150 T€) bezahlt.

• Personal

Aus dem Aufwand für Abfertigungen und Pensionen entfallen auf (ehemalige) Vorstandsmitglieder 396 T€ (Vorjahr 699 T€) und andere Mitarbeiter 17.828 T€ (Vorjahr 10.432 T€).

Die durchschnittliche Zahl der Arbeitnehmer während des Geschäftsjahres betrug 8.793, davon 3.824 Arbeiter und 4.969 Angestellte (Vorjahr 8.810, davon 3.930 Arbeiter und 4.880 Angestellte).

Entwicklung des Anlagevermögens - Konzern

Angaben in T€		Entwicklung der Anschaffungskosten						
		11.2020	Währungs- differenzen	Zugang Konsol.Kreis	Zugänge	Abgänge	Um- buchungen	31.12.2020
I. IMMATERIELLE VERMÖGENS- GEGENSTÄNDE								
1.	Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte	47.878	-98	77	1.860	-67	3	49.653
2.	Firmenwert	51.420	-427	2.364	18	-553		52.822
3.	Geleistete Anzahlungen	393			141		-3	531
Zwischensumme		99.691	-525	2.441	2.019	-620		103.006
II. SACHANLAGEN								
1.	Bebaute Grundstücke							
	Grundwert	95.962	-3.048		1.441	-222	7.745	101.878
	Gebäudewert	442.005	-7.528	67	6.155	-2.189	18.913	457.423
2.	Unbebaute Grundstücke	15.368	-178		31	-1.216		14.005
3.	Technische Anlagen und Maschinen	306.467	-1.892	1.286	5.717	-3.222	2.428	310.784
4.	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	150.884	-2.597	159	7.159	-4.874	584	151.315
5.	Geringwertige Vermögensgegenstände	15	-1	2	1.442	-1.440		18
6.	Geleistete Anzahlungen und Anlagen in Bau	46.765	-2.040	4	22.749	-327	-29.670	37.481
Zwischensumme		1.057.466	-17.284	1.518	44.694	-13.490		1.072.904
III. FINANZANLAGEN								
1.	Anteile an assoziierten Unternehmen	9.897			11.563			21.460
2.	Sonstige Beteiligungen	394				-26		368
3.	Wertpapiere des Anlagevermögens	11.591			618			12.209
Zwischensumme		21.882			12.181	-26		34.037
		1.179.039	-17.809	3.959	58.894	-14.136		1.209.947

Entwicklung der kumulierten Abschreibung							Restbuchwerte	
1.1.2020	Währungs- differenzen	Zugang Konsol. Kreis	Jahres AfA	Abgänge	Um- buchungen	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2020
35.606	-80	49	3.699	-61		39.213	12.272	10.440
21.691	-166		5.424	-263		26.686	29.729	26.136
							393	531
57.297	-246	49	9.123	-324		65.899	42.394	37.107
1.580	-116			-242		1.222	94.382	100.656
240.524	-3.331	33	16.567	-1.544		252.249	201.481	205.174
442				-442			14.926	14.005
251.517	-603	713	11.171	-3.138	-8	259.652	54.950	51.132
109.819	-1.864	132	13.025	-4.270	8	116.850	41.065	34.465
15	-1	2	1.458	-1.456		18		
214	-51		273	-273		163	46.551	37.318
604.111	-5.966	880	42.494	-11.365		630.154	453.355	442.750
2.764	271		1.942*)			4.977	7.133	16.483
192						192	202	176
116			4			120	11.475	12.089
3.072	271		1.946			5.289	18.810	28.748
664.480	-5.941	929	53.563	-11.689		701.342	514.559	508.605

*) anteiliges Jahresergebnis

Lagebericht zum Konzernabschluss der Umdasch Group AG 2020

1. Konzern allgemein

Die Umdasch Group AG ist als Konzernobergesellschaft die Muttergesellschaft der jeweiligen Teilkonzerne Doka, umdasch Store Makers und Umdasch Group Ventures. Des Weiteren hält sie direkt oder indirekt Teile der betriebsnotwendigen Immobilien der Tochtergesellschaften und vermietet diese an ihre Töchter.

Eine weitere Aufgabe ist die teilweise Finanzierung der Tochtergesellschaften Doka GmbH, umdasch Store Makers Management GmbH, Umdasch Group Ventures GmbH und Umdasch Immobilien GmbH.

2. Doka Group

Die Doka GmbH als Tochtergesellschaft der Umdasch Group AG ist die Obergesellschaft des Teilkonzerns Doka. Die Schalungen werden in Werken in Österreich, der Slowakei und Russland produziert. Die Marktbearbeitung erfolgt über Vertriebsniederlassungen weltweit.

• Gesamtwirtschaftliches Umfeld

Vor der Ausbreitung von COVID-19 im Frühjahr 2020 verzeichnete die Weltwirtschaft ein moderates Wachstum. Auch die ersten zweieinhalb Monate des Doka Geschäfts waren davon gekennzeichnet. Der globale Ausbruch von COVID-19 führte zu einem starken Einbruch der Weltwirtschaft, wobei die Bauindustrie – bedingt durch hohe Auftragsbestände und lange Vorlaufzeiten – anders als z.B. der Dienstleistungssektor vom Grundgeschäft her langsamer schrumpfte. Stärker beeinflusst wurde der Umsatz durch regional unterschiedliche vorübergehende Lockdowns, die teilweise zu einem Stillstand der Baustellen führten. Im Großen und Ganzen wurde jedoch der Bausektor in den meisten Ländern der Welt als „business essential“ betrachtet, sodass die Bautätigkeit auf moderatem Niveau trotz vieler Lockdowns weiterlief.

• Krisenmaßnahmen

Krisenmaßnahmen ergriff die Geschäftsführung sowohl für die Doka GmbH als auch ihre Tochterunternehmen. Die Standorte Amstetten, St. Georgen und St. Martin gingen von April bis September in Kurzarbeit, sowohl in der Produktion als auch in der Verwaltung. In den Vertriebstöchtern wurden diverse Kosteneinsparungsprogramme durchgeführt. Im Rahmen eines detailliert

ausgearbeiteten „Cost Focus“ Programms wurden weltweit Kosteneinsparungen inkl. Mitarbeiterabbau veranlasst, um die Kostenstruktur dem gesunkenen Geschäftsniveau anzupassen. Am Standort Amstetten (inkl. St. Georgen und St. Martin) wurde dazu ein Sozialplan verhandelt und abgeschlossen, darüber hinaus auch ein Härtefallfonds eingerichtet.

Der Verlauf der weltweiten Krise spiegelte sich in konsolidierten Umsätzen des Teilkonzerns Doka wider (Umsatzwachstum nach Quartalen): Q1 -0,3 %, Q2 -13,7 %, Q3 -10,2 %, und Q4 -8,7 %.

Über das Jahr 2020 war die Produktion der Doka GmbH bedingt durch die o.a. COVID-19 Krise niedriger ausgelastet als im Jahr 2019. Auf die Nachfrage wurde durch Reduktion der Leiharbeitskräfte, dem Verbrauch von Zeitkontingent, Kurzarbeit und Personalfreisetzung reagiert.

Im Rahmen der Restrukturierung wurden zwei Distribution Center in Jebel Ali (Dubai) und Singapore geschlossen, die DCs Amstetten (Österreich), Apolda (Deutschland) und Chicago (USA) werden jedoch weitergeführt.

• Strategische Partnerschaft

Im Oktober 2020 erwarb die Doka Development LLC, eine Enkelin der Doka GmbH, eine Minderheitsbeteiligung an dem in Roswell, GA, ansässigen amerikanischen Gerüsthersteller AT-PAC LLC. Gleichzeitig wurde zwischen der Doka GmbH und AT-PAC LLC ein Sales and Distribution Agreement mit weitgehenden weltweiten Vertriebsrechten im Segment Gerüst abgeschlossen. Durch diese Partnerschaft erschließen sich Doka große Chancen im weltweiten Gerüstmarkt.

• Umsatzentwicklung

Der Teilkonzern Doka verzeichnete im Jahr 2020 mit einem Umsatz von 1.174,2 Mio. € (Vorjahr 1.282,1 Mio. €) weltweit einen Umsatzrückgang von 8,4 %. Dabei entwickelte sich das Geschäft der Vertriebstochtergesellschaften regional sehr unterschiedlich. Während Zentral-europa trotz der Krise ein leichtes Wachstum erreichen konnte und die Umsätze in Nordamerika (USA und Kanada) nur leicht zurückgingen (teilweise währungsbedingt), waren die Regionen Lateinamerika, Middle East & Afrika sowie Asia Pacific von niedrigen zweistelligen Umsatzrückgängen betroffen. In diesen Regionen waren auch die Auswirkungen durch lokale Lockdowns am stärksten.

3. umdasch Store Makers

Die umdasch Store Makers Management GmbH, Amstetten, als Tochtergesellschaft der Umdasch Group AG ist die Obergesellschaft des Teilkonzerns umdasch Store Makers. Die Ladeneinrichtungen werden in verschiedenen Gesellschaften im In- und Ausland produziert, zugekauft und – teilweise schlüsselfertig – installiert. Der Markt wird direkt über die Tochtergesellschaften im In- und Ausland bearbeitet.

• Gesamtwirtschaftliches Umfeld

Das abgelaufene Jahr war, wie zu erwarten, massiv von den Auswirkungen der Corona-Pandemie geprägt. Dank eines hervorragenden Starts in das Jahr 2020 und einer positiven Entwicklung bei einzelnen Geschäftsbereichen zeigt sich jedoch für das Jahr ein, unter den besonderen Umständen, durchaus positives Bild auf der Absatzseite.

Insgesamt ist der erwartete Umsatzeinbruch ausgeblieben. In den meisten Branchen (Mode, Luxus, Reise,...) ist es ab März 2020, ausgelöst durch die zum Teil langanhaltenden verordneten Geschäftsschließungen und die damit einhergehenden wirtschaftlichen Herausforderungen bei vielen unserer Kunden zu einer deutlichen Investitionszurückhaltung gekommen, welche zum Teil immer noch anhält. In anderen Bereichen (Lebensmittel, Drogerie, Banken, Möbel,...) war jedoch nach kurzfristigen Rückgängen im 2. Quartal sogar eine größere Nachfrage als noch vor der Pandemie zu spüren. Die Tatsache, dass die umdasch Store Makers Gruppe auch im Vergleich zu anderen Marktbegleitern, sehr breit aufgestellt und damit in fast allen Bereichen des Handels tätig ist, hat den Teilkonzern sicherlich stabilisiert und vor einem größeren Umsatzrückgang bewahrt. Vor allem in den von den verordneten Geschäftsschließungen stark betroffenen Branchen ist allerdings davon auszugehen, dass eine Erholung noch einige Zeit auf sich warten lassen wird.

• Restrukturierungen

Auch wenn der Teilkonzernumsatz in Summe stabil zum Vorjahr geblieben ist, haben die Nachfragerückgänge in den stärker betroffenen Branchen dazu geführt, dass es an einzelnen Standorten zu einer massiven Unterauslastung gekommen ist. Diese Unterauslastung hat vor allem bei Produktionsstandorten im Lifestyle und Premiumbereich durch die hohen Fixkosten zu substantiellen Verlusten geführt. Für den Produktionsstandort

Neidenstein, welcher bereits in den letzten Jahren größere Schwierigkeiten hatte profitabel zu wirtschaften, war der Nachfrageeinbruch letztlich der Auslöser für die im April 2020 eingeleitete Werksschließung.

Auch der Produktionsstandort Dubai wurde durch die aktuelle Situation so schwer getroffen, dass dieser mit großer Wahrscheinlichkeit in den nächsten Monaten geschlossen werden muss. Die entsprechenden Schließungskosten sind vollumfänglich im Ergebnis 2020 enthalten.

• Akquisition Türkei

Trotz der allgemein schwierigen Corona-Situation im letzten Jahr konnte im Oktober 2020 eine seit längerer Zeit geplante Akquisition im Bereich Food Retail zum Abschluss gebracht werden. Trotz erschwelter Bedingungen, was beispielsweise die Reisemöglichkeiten im Jahr 2020 betraf, befindet sich seit 1.10.2020 eine Mehrheitsbeteiligung von 55% des Unternehmens Madosan (Bursa, Türkei), mit einem Jahresumsatz von rund 7 Mio. € und rund 120 Mitarbeiter, im Besitz der Umdasch Store Makers und wurde somit in den Konsolidierungskreis der Division Food Retail aufgenommen. Das Unternehmen Madosan ist vorrangig im Bereich kostengünstige Blechregalierung und Schwerlastregale tätig, was eine perfekte Ergänzung zu unserem Sortiment in Leibnitz darstellt, da beide Bereiche bisher nur am Rande bearbeitet wurden.

Das neue Gruppenmitglied soll, neben der Marktbearbeitung der bisher adressierten Märkte, zukünftig zusätzlich als Zulieferer für die Vertriebsmannschaft im DACH-Raum fungieren, was zu einem deutlichen Wachstum der Einheit führen wird.

• Umsatzentwicklung

Mit 241,8 Mio. € Umsatz konnte der Umsatz des Vorjahres von 241,4 Mio. € auch dank der Erstkonsolidierung der Akquisition Madosan (rund 1,9 Mio. Umsatz im 4. Quartal) sogar leicht übertroffen werden. Aber auch ohne die Umsätze, welche erstmalig im Jahr 2020 im Teilkonzern konsolidiert wurden, ist insgesamt der erwartete Umsatzeinbruch ausgeblieben.

Die bereits angesprochene stark unterschiedliche Entwicklung in den Divisionen spiegelt sich in den Umsatzzahlen wieder. Während die Division Food insgesamt um gut 12 % gewachsen ist, war vor allem die Division Premium mit einem Umsatzrückgang von fast 30 % am stärksten betroffen.

4. Umdasch Group Ventures

Die Umdasch Group Ventures GmbH ist die Obergesellschaft des Teilkonzerns Umdasch Group Ventures. Die Umdasch Group Ventures GmbH als reine Entwicklungsgesellschaft befasst sich in mehreren Projekten mit grundlegenden Trends und disruptiver Innovation im Bereich des gesamten Bau-Lebenszyklus (von Planung bis Abriss) sowie des Retail-Bereiches.

Die Vermarktung der von ihr entwickelten Technologien und Geschäftsmodelle betreibt die Umdasch Group Ventures GmbH über die von ihr gegründeten Tochtergesellschaften Umdasch Group NewCon GmbH, Neuland GmbH und Kontakt GmbH. Darüber hinaus werden Technologien und Produkte auch an die Schwestergesellschaft Doka GmbH verkauft oder lizenziert, sofern sie in deren Portfolio passen.

• Gesamtwirtschaftliches Umfeld

Die Auswirkungen der weltweiten Pandemie erforderten auf Grund der finanziellen Rahmenbedingungen einen massiven Eingriff in die Budgetierung fast aller Geschäftseinheiten. Ab dem 1. April 2020 wurde die Möglichkeit der Covid-Kurzarbeit in möglichst großem Ausmaß genutzt, um dadurch den Kompetenzverlust so gering als möglich zu halten und strategische Ziele dennoch fokussiert, zeitlich gestreckt zu realisieren. Vertriebliche Aktivitäten wurden priorisiert.

Die Umdasch Group Ventures GmbH (UGV) als Obergesellschaft des Teilkonzerns Ventures fokussierte sich im Berichtszeitraum trotz Kurzarbeit auf den Kompetenzaufbau in den Bereichen BIM (Building Information Modeling), IoT Hardwareentwicklung sowie Projekt-Ownership in der Softwareentwicklung. In den Bereichen Recht, Einkauf, HR, Finanzen und System-IT stützte sie sich auf Shared-Services der Schwesterfirma Doka.

Das Geschäftsjahr 2020 war auf der Ebene der eigenen Marktorganisation – Umdasch Group NewCon – von zahlreichen Aktivitäten zur erfolgreichen Unterstützung des Markteintrittes für die BU CONTACT einerseits und für die Marktkontaktabahnungen der BU NEULANDT andererseits, gekennzeichnet.

• Strategische Beteiligungen

Strategischen Beteiligungen an jungen Technologieunternehmen weltweit, vorzugsweise oberhalb der Sperrminorität, werden dann angestrebt, wenn deren Themenstellungen als strategisch besonders wichtig erkannt werden und sie bereits einen erheblichen Vorsprung erlangt haben. Die Beteiligungen Contour Crafting Corp. (30 %) in den USA und NeoTwin GmbH (51 %) in Deutschland bestehen schon länger. Neu hinzugekommen ist eine 26 % Beteiligung an der Shopreme GmbH in Österreich. Die Gesellschaft beschäftigt sich mit Lösungen im Bereich Self-Checkout Kassen, bargeldlose Bezahlung per Shopreme App und ähnlichen Anforderungen aus dem Bereich Einzelhandel.

• Umsatzentwicklung

Die Umdasch Group Ventures GmbH erzielte 2020 einen konsolidierten Umsatz von 3,80 Mio. € (Vorjahr: 1,26 Mio. €) im Wesentlichen durch Umsätze der CONTACT GmbH mit der Konzernschwestergesellschaft Doka GmbH.

5. Umdasch Immobilien GmbH

Investitionen in neue Liegenschaften werden weltweit direkt oder indirekt von der Umdasch Immobilien GmbH, Amstetten, durchgeführt. Diese sind an Gesellschaften der Doka oder umdasch Store Makers vermietet. Seit 2012 übt die Gesellschaft ihre operative Tätigkeit mit Projekten in Österreich, Deutschland, Niederlande, Großbritannien, Polen, Rumänien, Russland und USA aus.

Im Jahr 2020 konnten die Doka-Zentralen in Polen und Großbritannien fertiggestellt werden. Beide Objekte sind langfristig an die jeweilige Doka-Landesgesellschaft vermietet.

6. Kennzahlen

Die Umdasch Group erreichte im Jahr 2020 einen Umsatz von 1.411,4 Mio. €. Der Umsatz lag damit knapp 7 % unter dem Vorjahresniveau von 1.517,2 Mio. €. Die Umdasch Group erwirtschaftete ein EBIT von 123,9 Mio. € (Vorjahr 118,8 Mio. €) – das gestiegene EBIT bei gesunkenem Umsatz ist neben dem strikten Kostenmanagement auch auf die diversen staatlichen Corona-Unterstützungen zurückzuführen.

Die Umdasch Group schloss das Jahr mit einem Konzernergebnis vor Steuern von 81,3 Mio. € (Vorjahr 104,7 Mio. €) und einem Konzernjahresüberschuss von 20,8 Mio. € (Vorjahr 62,9 Mio. €) ab. Der Finanzerfolg ist mit -42,6 Mio. € gegenüber dem Vorjahr mit -14,1 Mio. € deutlich gesunken. Grund dafür sind die hohen Kursverluste aus den Konzernfinanzierungen bedingt durch die hohe Volatilität in diversen Währungen.

Die Investitionen in Sachanlagen, immaterielles Anlagevermögen und Finanzanlagen betrugen 58,9 Mio. € (Vorjahr 98,8 Mio. €).

	2020	2019
Umsatzrentabilität (EBIT/ Umsatzerlöse)	8,8 %	7,8 %
Eigenkapitalrentabilität (Ergebnis vor Steuern/ Ø Eigenkapital)	8,5 %	11,2 %
Gesamtkapitalrentabilität (EBIT/ Ø Gesamtkapital)	6,9 %	6,6 %
Bereinigte Eigenkapital-Quote (Eigenkapital/ Gesamtkapital-liquide Mittel)	61,4 %	55,2 %

8. Risikomanagement und Internes Kontrollsystem

Dem Geschäftsrisiko wird durch Organisation und Systeme Rechnung getragen, die der Art und dem Umfang des Geschäftes angemessen sind und permanent weiterentwickelt werden. Risikoadäquate Abläufe werden durch stabile und sichere Geschäftsprozesse gewährleistet.

Zentrale Elemente des Internen Kontrollsystems der Umdasch Group AG und ihrer Tochtergesellschaften sind

- der von der Umdasch Group AG herausgegebene Code of Conduct, ergänzt durch zusätzliche spezifische Compliance-Regelungen,
- das anonyme Hinweisgebersystem,
- unternehmensweite Richtlinien und Verfahrensanweisungen,
- klar definierte Organisationsstrukturen und Stellenbeschreibungen sowie
- verpflichtende Compliance-Schulungen für Mitarbeiter.

Zusätzlich ist das Management- und Qualitätssicherungssystem ausgewählter Tochter- und Enkelgesellschaften nach ISO 9001 zertifiziert. Die Wirksamkeit des Internen Kontrollsystems sowie die Effizienz der Prozesse wird durch regelmäßige Audits des Corporate Internal Audits überprüft. Dabei prüft das Corporate Internal Audit als Stabsstelle des Vorstands die Gesellschaften, Organisationseinheiten und Funktionen der Teilkonzerne für die gesamte Umdasch Group und zusätzlich regelmäßig in den Prüfungsausschüssen der Umdasch Group AG, Doka GmbH und umdasch Store Makers Management GmbH.

Das risikoorientierte Berichtswesen stellt regelmäßiges Financial Reporting, financial und non-financial KPIs und Analysen den Adressaten über ein Cockpit weltweit zur Verfügung.

Für finanzielle und nicht-finanzielle KPIs finden regelmäßige Forecasts der Bereiche und Tochtergesellschaften statt. Ein quartalsweise erstellter Enterprise Risk Management (ERM) Monitor informiert den Vorstand spezifisch über Risikoindikatoren in den Bereichen Auftragseingang, Umsatz, Markt, Debitorenmanagement, Einkaufs- und Verkaufspreise, Qualität, Vorräte, und Währungsrisiken.

Aufgrund ihrer weltweiten Präsenz ist die Umdasch Group und ihre Töchter Risiken aus der Veränderung von Wechselkursen ausgesetzt. Wechselkursrisiken werden aufgrund einer definierten Hedging Policy durch „Plain Vanilla“ Devisentermingeschäfte (Forwards, Swaps) abgesichert. Dabei ist immer der Bezug zum Grundgeschäft gegeben.

Die Bilanzsumme der Umdasch Group sank volumensbedingt um 56 Mio. € (-3,1 %) wobei die Vorräte um 85 Mio. € und die Kundenforderungen um 76 Mio. € gesunken sind. Gleichzeitig sind die liquiden Mittel um 139 Mio. € gestiegen.

Der Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit betrug 307,0 Mio. € (Vorjahr 111,9 Mio. €) – der extrem starke Anstieg ist auf das stark rückläufige Working Capital zurückzuführen. Der Cashflow aus der Investitionstätigkeit betrug -113,9 Mio. € (Vorjahr -99,0 Mio. €). Darin enthalten sind -44,9 Mio. € (Vorjahr: 0 Mio. €) kurzfristige Veranlagungen in das Finanzumlaufvermögen mit einer Restlaufzeit größer 3 Monate.

Bei einer Neuaufnahme von 30 Mio. € Langfristfinanzierungen, den geplanten Mittelverwendungen für Zinsen und Tilgungen und Gewinnausschüttungen im Ausmaß von 12,9 Mio. € betrug der Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit -94,5 Mio. € (Vorjahr -21,1 Mio. €). In Summe führte das zu einer Erhöhung des Finanzmittelfonds der liquiden Mittel um 98,6 Mio. € (Vorjahr: Reduktion um 8,3 Mio. €).

7. Finanzinstrumente

Die Umdasch Group AG finanziert – über die Eigenkapitalausstattung hinaus – die Doka GmbH, umdasch Store Makers Management GmbH, Umdasch Group Ventures GmbH und Umdasch Immobilien GmbH im Wesentlichen über variabel verzinsten Konzerndarlehen „at arm's length“, und wann immer möglich in lokaler Landeswährung. Die dabei entstehenden Fremdwährungspositionen werden im Rahmen des Risikomanagements zum Teil gesichert. Kursgewinne und -verluste aus den verbleibenden offenen Konzerndarlehen fallen somit im Finanzergebnis der Umdasch Group AG an.

Der Finanzierungsbedarf wird über bilaterale Bankkredite abgedeckt. Die Mutterfirmen der drei Teilkonzerne werden zu einem großen Teil über Kredite – im Falle der Doka GmbH auch ein Schuldscheindarlehen – in Österreich und international finanziert. Die Finanzierung ist Großteils Euro-basiert und variabel.

9. Forschung und Entwicklung

Die Grundlagenforschung der Umdasch Group erfolgt seit einigen Jahren in der **Umdasch Group Ventures**. Diese hat als Aufgabe die Analyse und Entscheidung, Aufsetzen und Durchführen von Entwicklungsprojekten mit dem Ziel potentiell disruptive neue Fähigkeiten und Kompetenzen zur Lösung relevanter Kundenprobleme für die Gruppe führend zu entwickeln.

Durch möglichst umfassende Analyse und Kenntnis globaler Trends und technologischer Fähigkeiten im Generellen, jedoch maßgeblich fokussiert auf den Bau- und Retailbereich, ist eine signifikante Verminderung der Wahrscheinlichkeit strategischer Überraschungen für den Gesamtkonzern zu erreichen. Diese Kernaktivität der Umdasch Group Ventures ist dauerhaft gegeben.

Daraus erkannte Potentiale für Produkte und Geschäftsmodelle werden in der Umdasch Group Ventures priorisiert und entweder über mehrere Projektphasen selbst zur Marktreife entwickelt oder durch strategische Beteiligungen für die Gruppe gesichert und zur Verfügung gestellt.

Darüber hinaus gibt es insbesondere in der **Doka Group** ein laufendes Forschungs- und Entwicklungstätigkeit für den Kernbereich Schalungstechnik. Im Jahr 2020 konnten dabei folgende wesentliche Neuprodukte auf den Markt gebracht werden:

• Rahmenschalung DokaXlight

Mit der DokaXlight vervollständigt Doka das Produktportfolio bei Wandschalungen mit einer sehr leichten und trotzdem robusten Ein-Personen-Handschalung. Das System wurde 2020 in Zentraleuropa und Westeuropa eingeführt und ermöglicht eine einfache, ergonomische sowie kostensparende Anwendung im Neubau oder Bauen im Bestand.

• DokaXact

DokaXact ist das erste drahtlose, interaktive, sensorbasierte System für das präzise Positionieren von Wandschalungselementen bei der Herstellung von vertikalen Bauwerken wie Hochhauskernen. Im Jahr 2020 wurden erfolgreich Projekte in mehreren Ländern umgesetzt.

• Eurex 20 LW

Mit innovativer Produktionstechnik aus hochfesten Stählen gefertigt, spart die Eurex 20 LW ca. 20 % an Gewicht gegenüber herkömmlichen Stützen aus unlegiertem Baustahl – bei gleicher Performance und Lebensdauer. Dies führt zu einer beträchtlichen Erleichterung bei Anwendung und Manipulation für den Nutzer. Im Jahr 2020 wurden in den ersten beiden Leadmärkten bereits sehr gute Verkaufserfolge erzielt.

• Volto Panel

Die flexible Stahlschalung für Tunnelprojekte kann sich verändernden Röhrengemetrien angepasst werden

und ermöglicht uns den Einstieg in ein neues Segment. Die Lösung entstammt einer Kooperation mit einem externen Partner und wurde 2020 auf ersten Baustellen eingesetzt.

• DokaMT

Kurz vor Abschluss stehen die Entwicklungstätigkeiten zum Projekt DokaMT. Mit DokaMT deckt Doka ein neues Segment im Tunnelschalungsbereich ab. Die neue mietbare Lösung stellt für unsere Kunden eine wirtschaftlich attraktive Alternative zu den traditionellen Verkaufsprodukten dar.

• Scaffolding

Infolge der strategischen Investition in AT-PAC wird die Produktkategorie Gerüst zu einem eigenen Geschäftsfeld. Der Einstieg in den globalen Markt für Gerüste eröffnet bisher unerschlossene Marktsegmente und stellt einen wesentlichen Meilenstein der Doka-Wachstumsstrategie dar. Zusammen mit unserem strategischen Partner AT-PAC steigt Doka global in das Segment Industrie ein. Das Gerüstsystem Ringlock ist in den Märkten Middle East / Asia Pacific und Lateinamerika eingeführt worden. Der Markteintritt in Nordamerika und Europa ist in Vorbereitung.

Im Bereich **umdasch Store Makers** liegt der Fokus auf der Entwicklung von Systemlösungen und Spezialmöbel (zB Liquid Dispenser) im Bereich Food Retail und der Integration von E-Komponenten in den Ladenbau im Bereich Digital Retail. Darüber hinaus werden lediglich kundenspezifische Produktentwicklungen getätigt.

10. Digitalisierung

Das Thema Digitalisierung hat durch die Corona-Pandemie eine Beschleunigung erfahren und ist daher wie bereits in den Vorjahren speziell im Focus aller Sparten der Umdasch Group.

In der Doka Group wird die Digitalisierung in den Bereichen Digital Services und Digital Engineering schon aktiv an den Kunden herangetragen. Mit Themen wie eCommerce & mydoka+, Remote Instructor, Doka Xact, Concremote oder Easy Formwork Planner ist Doka vorne mit dabei, wenn es darum geht die Digitalisierung am Bau voranzutreiben.

Gemeinsam mit der von der Umdasch Group Ventures entwickelten und auch von Doka vertriebenen Produkte Kontakt Sensor und Kontakt Build & Hub fokussiert sich die Umdasch Group auf die Digitalisierung und Prozessanalyse von Ortbetonbaustellen zur Produktivitätssteigerung.

Auch die umdasch Store Makers Group hat mit ihrer Division Digital Retail schon seit mehreren Jahren einen Schwerpunkt in der Digitalisierung im Einzelhandel gesetzt. Durch die neu geschaffene strategische Partnerschaft der Umdasch Group Ventures mit Shopreme ist 2020 ein weiterer Schritt in die Digitalisierung der Shopping-Welt gemacht worden.

11. Compliance

Die Umdasch Group und ihre Teilkonzerne sichern weltweit die Einhaltung von Compliance Regeln in allen Gesellschaften. Die Compliance-relevanten Prozesse werden regelmäßig und verpflichtend durch die Compliance Organisation (Chief Compliance Officer, Compliance Officers und Compliance Ambassadors) digital und analog geschult und die Einhaltung – ggf. im Zusammenspiel mit Corporate Internal Audit – überprüft.

12. Nachhaltigkeit (Integrated Reporting)

Aufgrund des Corona-bedingten Entfalls des Nachhaltigkeitsreportings 2019 werden die entsprechenden Entwicklungen der Umdasch Group und ihrer Tochtergesellschaften in Form eines Integrierten Geschäftsberichtes für dieses, das Berichtsjahr 2020, abgebildet.

Basierend auf dem Rahmenwerk des Internationalen Integrated Reporting Council (IIRC) werden darin erstmals KPIs vorgestellt, die die Performance in den einzelnen Kapitalarten nach IIRC (Finanzkapital, Ideenskapital, Realkapital, Humankapital, Sozialkapital und Ökokapital) reporten, ab diesem Zeitpunkt kontinuierlich messen und Veränderungen transparent darstellen. Ein starker Fokus des Reportings liegt dabei auf ökologischen Maßstäben (zB Anteil ökologisch positiv wirksamer Investitionen). Aber auch Aspekte der Innovations- und Marktfähigkeit oder der Mitarbeiterführung und -entwicklung sind entsprechend abgebildet.

Amstetten, 21. April 2021
Der Vorstand



Dr. Andreas J. Ludwig

Damit wird die Idee einer Integration und somit einer Verknüpfung von Nachhaltigkeit mit der laufenden Geschäftstätigkeit manifestiert und die Nachhaltigkeit als Innovationstreiber wesentlicher Unternehmensprozesse etabliert.

13. Ausblick

Die nach wie vor existierende COVID-19 Krise macht auch 2021 ein Fahren auf Sicht notwendig. Im Rahmen der Budgetierung wurden somit Szenario-Rechnungen für alle Organisationen erstellt, mit Maßnahmenkatalogen hinterlegt und entsprechende Trigger Points für weitere Maßnahmen definiert. Die Szenarioplanung ermöglicht eine flexible und den jeweiligen Märkten angemessene Anpassung der Maßnahmen.

Die Investitionen wurden in etwa auf Vorjahresniveau geplant, wobei Schwerpunkte die Realisierung von Marktchancen und Effizienzsteigerungen durch Prozessverbesserung sind.



Prof. Dipl. Ing. Mag. Friedrich Rödler

Bestätigungsvermerk

Bericht zum Konzernabschluss

• Prüfungsurteil

Wir haben den Konzernabschluss der Umdasch Group AG, Amstetten, und ihrer Tochterunternehmen (der Konzern), bestehend aus der Konzernbilanz zum 31. Dezember 2020, der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, der Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung und der Konzerngeldflussrechnung für das an diesem Stichtag endende Geschäftsjahr sowie dem Konzernanhang, geprüft.

Nach unserer Beurteilung entspricht der beigefügte Konzernabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt ein möglichst getreues Bild der Vermögens- und Finanzlage zum 31. Dezember 2020 sowie der Ertragslage und der Zahlungsströme des Konzerns für das an diesem Stichtag endende Geschäftsjahr in Übereinstimmung mit den österreichischen unternehmensrechtlichen Vorschriften.

• Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Abschlussprüfung in Übereinstimmung mit den österreichischen Grundsätzen ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Diese Grundsätze erfordern die Anwendung der International Standards on Auditing (ISA). Unsere Verantwortlichkeiten nach diesen Vorschriften und Standards sind im Abschnitt „Verantwortlichkeiten des Abschlussprüfers für die Prüfung des Konzernabschlusses“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind vom Konzern unabhängig in Übereinstimmung mit den österreichischen unternehmensrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und wir haben unsere sonstigen beruflichen Pflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Wir sind der Auffassung, dass die von uns, bis zum Datum des Bestätigungsvermerks, erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu diesem Datum zu dienen.

• Verantwortlichkeiten der gesetzlichen Vertreter und des Prüfungsausschusses für den Konzernabschluss

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Konzernabschlusses und dafür, dass dieser in Übereinstimmung mit den österreichischen unternehmensrechtlichen Vorschriften ein möglichst

getreues Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachten, um die Aufstellung eines Konzernabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist.

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen, Sachverhalte im Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit – sofern einschlägig – anzugeben, sowie dafür, den Rechnungslegungsgrundsatz der Fortführung der Unternehmenstätigkeit anzuwenden, es sei denn, die gesetzlichen Vertreter beabsichtigen, entweder den Konzern zu liquidieren oder die Unternehmenstätigkeit einzustellen, oder haben keine realistische Alternative dazu. Der Prüfungsausschuss ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses des Konzerns.

• Verantwortlichkeiten des Abschlussprüfers für die Prüfung des Konzernabschlusses

Unsere Ziele sind, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Konzernabschluss als Ganzes frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist, und einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unser Prüfungsurteil beinhaltet. Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit den österreichischen Grundsätzen ordnungsmäßiger Abschlussprüfung, die die Anwendung der ISA erfordern, durchgeführte Abschlussprüfung eine wesentliche falsche Darstellung, falls eine solche vorliegt, stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus dolosen Handlungen oder Irrtümern resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn von ihnen einzeln oder insgesamt vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie die auf der Grundlage dieses Konzernabschlusses getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Nutzern beeinflussen.

Als Teil einer Abschlussprüfung in Übereinstimmung mit den österreichischen Grundsätzen ordnungsmäßiger Abschlussprüfung, die die Anwendung der ISA erfordern, üben wir während der gesamten Abschlussprüfung pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung.

Darüber hinaus gilt:

- Wir identifizieren und beurteilen die Risiken wesentlicher falscher Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern im Abschluss, planen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken, führen sie durch und erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen. Das Risiko, dass aus dolosen Handlungen resultierende wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist höher als ein aus Irrtümern resultierendes, da dolose Handlungen kollusives Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen oder das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.

- Wir gewinnen ein Verständnis von dem für die Abschlussprüfung relevanten internen Kontrollsystem, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit des internen Kontrollsystems des Konzerns abzugeben.

- Wir beurteilen die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte in der Rechnungslegung und damit zusammenhängende Angaben.

- Wir ziehen Schlussfolgerungen über die Angemessenheit der Anwendung des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit durch die gesetzlichen Vertreter sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die erhebliche Zweifel an der Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir die Schlussfolgerung ziehen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, in unserem Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Konzernabschluss aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch die Abkehr des Konzerns von der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zur Folge haben.

- Wir beurteilen die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Konzernabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Konzernabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse in

einer Weise wiedergibt, dass ein möglichst getreues Bild erreicht wird.

- Wir erlangen ausreichende geeignete Prüfungsnachweise zu den Finanzinformationen der Einheiten oder Geschäftstätigkeiten innerhalb des Konzerns, um ein Prüfungsurteil zum Konzernabschluss abzugeben. Wir sind verantwortlich für die Anleitung, Überwachung und Durchführung der Konzernabschlussprüfung. Wir tragen die Alleinverantwortung für unser Prüfungsurteil.

Wir tauschen uns mit dem Prüfungsausschuss unter anderem über den geplanten Umfang und die geplante zeitliche Einteilung der Abschlussprüfung sowie über bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger bedeutsamer Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Abschlussprüfung erkennen, aus.

• Bericht zum Konzernlagebericht

Der Konzernlagebericht ist auf Grund der österreichischen unternehmensrechtlichen Vorschriften darauf zu prüfen, ob er mit dem Konzernabschluss in Einklang steht und ob er nach den geltenden rechtlichen Anforderungen aufgestellt wurde.

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung des Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit den österreichischen unternehmensrechtlichen Vorschriften.

Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit den Berufsgrundsätzen zur Prüfung des Konzernlageberichts durchgeführt.

• Urteil

Nach unserer Beurteilung ist der Konzernlagebericht nach den geltenden rechtlichen Anforderungen aufgestellt worden und steht in Einklang mit dem Konzernabschluss.

• Erklärung

Angesichts der bei der Prüfung des Konzernabschlusses gewonnenen Erkenntnisse und des gewonnenen Verständnisses über den Konzern und sein Umfeld wurden wesentliche fehlerhafte Angaben im Konzernlagebericht nicht festgestellt.

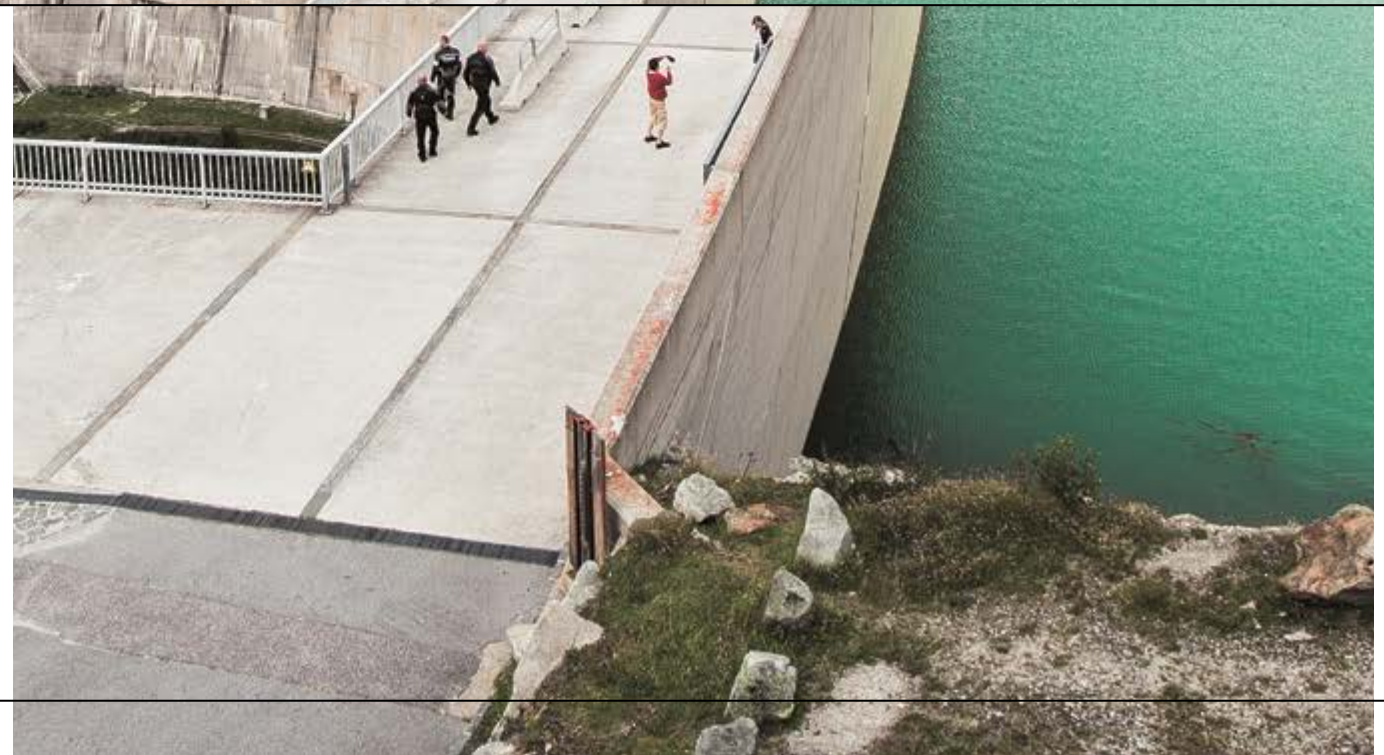
Wien, am 21. April 2021

Deloitte Audit Wirtschaftsprüfungs GmbH

Mag. Andreas Grave e.h.

Wirtschaftsprüfer

Weichen- stellung



- 62 Unsere Visionen
- 76 Unsere Produkte
- 128 Unsere Menschen
- 144 Unsere Partner
- 156 Unsere Umwelt

Von der Bereitschaft zum Wandel zur Realität der Wende

Zuerst ist da die Bereitschaft, etwas verändern zu wollen. Das braucht Vision, aber noch wenig Energie. Danach kommt die Veränderung. Dazu ist schon mehr nötig: Ehrgeiz zum Beispiel. Oder Mut. Darauf folgt der Wandel. Er ist die Summe vieler Veränderungen und bringt nun langsam Bewegung in die Sache. Managementqualitäten sind gefragt. Außerdem Leadership, um andere begeistern und überzeugen zu können. Und Ausdauer, denn der Wandel ist kulturell bedingt und legt nicht einfach von heute auf morgen den Schalter um. Aber plötzlich und abrupt ist es dann doch so weit: Es kommt zur Wende.

Sustainable Development Goals (SDGs)



2015 einigten sich die UN-Mitgliedsstaaten auf 17 globale Ziele – die Sustainable Development Goals, kurz SDGs. Mit ihnen wird ein breites Spektrum an Nachhaltigkeitsthemen wie die Bekämpfung der Armut, die Bereitstellung von Bildung

und Gesundheit, wirtschaftliche und gesellschaftliche Zukunftsfähigkeit sowie Klima- und Umweltschutz abgedeckt. Wir haben uns verpflichtet, die integrierte Geschäftsstrategie der Umdasch Group mit diesen Zielen aktiv zu verbinden.

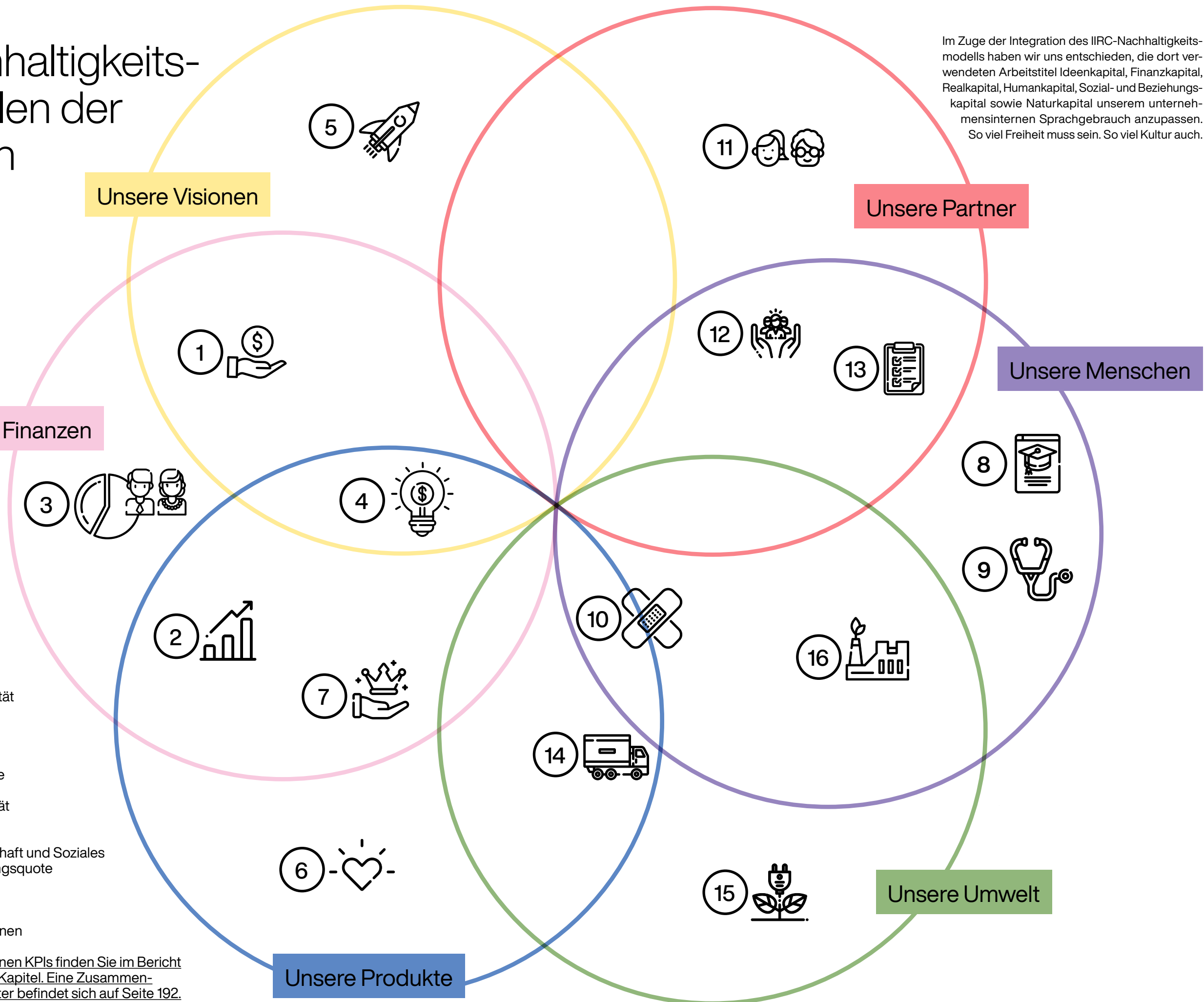
Neues Denken wird Realität

Ein Beispiel: die Nachhaltigkeit. Geleitet hat sie uns ja schon immer in 150 Jahren Firmengeschichte. Die Bereitschaft war also da. Der Wille, sich hinsichtlich Transparenz und Messbarkeit zum Besseren zu verändern, auch. Erklärt ist er in wenigen Zeilen – der Weg vom Bestreben zur Veränderung bis zur endgültigen Wende. In der Umsetzung ist das eine lange Reise, auf die sich die Umdasch Group vor einigen Jahren begeben hat.

Und nun sind sie da: 16 Kennzahlen, die eine Wende einläuten und die Nachhaltigkeit im Sinne der ökonomischen, ökologischen und sozialen Zukunftsfähigkeit der Umdasch Group in den Fokus des gesamten Wertschöpfungsprozesses rücken.

Die Nachhaltigkeits-Kennzahlen der Umdasch Group

Im Zuge der Integration des IIRC-Nachhaltigkeitsmodells haben wir uns entschieden, die dort verwendeten Arbeitstitel Ideenkapital, Finanzkapital, Realkapital, Humankapital, Sozial- und Beziehungskapital sowie Naturkapital unserem unternehmensinternen Sprachgebrauch anzupassen. So viel Freiheit muss sein. So viel Kultur auch.



- KPIs**
1. Gesamtkapitalrentabilität
 2. Umsatzrentabilität
 3. Eigenkapitalquote
 4. Innovationsrate
 5. Innovationsfreude
 6. Weiterempfehlungsrate
 7. Servicequote
 8. Weiterbildungsintensität
 9. Gesundheitsquote
 10. Unfallquote
 11. Ausgaben für Gesellschaft und Soziales
 12. Freiwillige Sozialleistungsquote
 13. Compliance Rate
 14. Transporteffizienz
 15. Erneuerbare Energien
 16. Ökoeffiziente Investitionen

Die Auswertung der einzelnen KPIs finden Sie im Bericht integriert in die jeweiligen Kapitel. Eine Zusammenfassung der Detailparameter befindet sich auf Seite 192.

Unsere Visionen

Die Überschrift lautete an der Stelle im letzten Integrierten Geschäftsbericht „Ideenkapital“. Der Gedanke ist derselbe geblieben: den Wert, den Innovation für uns als Unternehmen schafft, darzustellen. Warum Visionen statt Ideen? Weil Visionen richtungsweisend lenken und den Zustand vorleben, den wir in der Zukunft erreichen wollen.



Im Doka-Onlineshop ist die Zukunft längst Wirklichkeit

Nicht erst seit Corona kann man im Doka-Onlineshop rund um die Uhr Doka-Produkte kaufen. Bereits 2016 wurde in Deutschland und Österreich der digitale Vertriebskanal geöffnet, um der Bauwirtschaft das Leben in vielen Punkten zu erleichtern. Mittlerweile können in 25 Ländern weltweit einfache Schalungselemente, alle dazugehörigen Komponenten und sogar Schalungssysteme jederzeit per Computer, Tablet oder Smartphone ausgewählt und bestellt werden.

SDGs



Rund 7.000 aktive User zählt der Doka-Onlineshop bereits und täglich werden es mehr. Die Gründe liegen auf der Hand: einfache Bedienung, länderspezifisches Angebot, großzügige Produktauswahl, sofortiger Überblick über die Verfügbarkeit der Ware, wettbewerbsfähiges Pricing und selbstverständlich logistische Unterstützung. Das digital bestellte Material wird nämlich, falls gewünscht, direkt an die Baustelle geliefert oder eben prompt in einer unserer Niederlassungen zur Abholung bereitgestellt.

Im Krisenjahr 2020 haben sich die Anzahl der Bestellungen und der Bestellwert im Doka-Onlineshop gegenüber 2019 verdoppelt. Natürlich haben Corona und der damit verbundene Digitalisierungsschub einiges zum rasanten Wachstum beigetragen. Aber längst davor hat das E-Commerce-Team rund um Gerald Haring, Head of Doka eCommerce, das Konzept für diesen zusätzlichen Vertriebskanal auf professionelle Beine gestellt und damit einen wichtigen Schritt Richtung Zukunft gesetzt. Laut der von der Unternehmensberatung Roland Berger herausgegebenen Studie „Veränderungen an der Struktur des B2C/B2B-Marktes durch E-Commerce“ werden bis 2030 25 % des Gesamtumsatzes in der Bauindustrie über das Internet realisiert. 2021 erwarten wir also gleich nochmals eine signifikante Steigerung.

Unbestritten jedenfalls ist die Effizienz, die sich aus dem Online-Geschäft für beide Seiten ergibt. So geben wir die Einsparungen, die durch die geringeren Online-Vertriebskosten entstehen, unseren Kunden direkt in Form günstiger Online-Preise weiter. Aber nicht dass der Eindruck entsteht, im Doka-Onlineshop muss auf Service verzichtet werden. Im Gegenteil: Direkt bei der Produktübersicht gibt es automatische Empfehlungen für das notwendige Zubehör und jeder unserer Online-Kunden hat Zugang zum Doka-Kundenservice, an den er sich mit allen Fragen wenden kann.

Trotz der überwältigenden Entwicklung des Online-Geschäfts sind wir weiterhin bestrebt, das E-Commerce-Angebot und die Customer Convenience laufend fortzuentwickeln und in immer mehr Ländern der Welt anzubieten. So ist in Europa der Doka-Onlineshop bereits beinahe flächendeckend im Einsatz, in Nordamerika ebenfalls und auch in einigen Ländern von Middle East. Die nächsten Schritte führen nach Südamerika und Fernost.

Design meets Digital – Neuer Innovation Hub der Store Makers Duisburg

Online, Offline, No-line: Im neuen umdasch Innovation Hub in Duisburg werden Store-Konzepte neu gedacht. Und zwar ganzheitlich. Mit dem Wechsel der Digital-Experten von umdasch aus Düsseldorf und des Shop Consult-Teams aus Oberhausen entstand am neuen Standort Duisburg ein kreativer Innovation Hub für holistische,

digitale und analoge Store-Konzepte aus einer Hand.

Die Vernetzung von Innenraumgestaltung mit digitalen Lösungen am Point-of-Sale eröffnet einzigartige Möglichkeiten für das Retail-Erlebnis der Zukunft. Deshalb arbeiten in Duisburg seit September 2020 interdisziplinäre Teams Seite an Seite und entwickeln Retail-Konzepte, die bauliche und digitale Aspekte gezielt aufeinander abstimmen. umdasch The Store Makers setzt dadurch einen noch stärkeren Fokus auf die Realisierung von Räumen zur Kommunikation des Markenerlebnisses: Mood- und Flächenkonzepte, analoge Möbel, digitale Services – alles stets ganzheitlich durchdacht für den Kunden und seine Brand Experience im stationären Einzelhandel. So profitieren Händler klar vom integrativen Bestandteil digitaler Möglichkeiten in der Entwicklungsphase des Store-Konzepts und dem Mehrwert für eine lückenlose Customer Journey.



Im Gespräch: Maik Drewitz, Shop Consult Director umdasch Lifestyle Retail Deutschland & Stefan Knoke, General Manager umdasch Digital Retail Deutschland

Herr Drewitz, seit rund neun Monaten arbeiten Sie im Duisburger Innovation Hub nun auch räumlich vereint mit den Kollegen von umdasch Digital Retail. Wie kann man sich das vorstellen?

MD: Unser neuer Standort in Duisburg steht für die Stärke von umdasch, sämtliche Gewerke als One-Stop-Shop zu konzipieren – vom ersten Scribble für ein neues Store-Konzept über die Integration smarter digitaler Tools bis zur Umsetzung auf der Fläche. Dafür arbeiten wir in praxisnahen Workshops gemeinsam mit unseren Kunden wie auch intern in Teams verschiedener Disziplinen zusammen. Wir analysieren den Ist-Zustand, definieren Ziele und denken Store-Auftritte. Erlebnisorientierte Konzepte kommen nicht von ungefähr, sondern durch die enge Abstimmung unserer Design- und Digital-Experten.

Also sind die Experten von umdasch Digital Retail ab der ersten Minute in den Prozess intensiv eingebunden.

SK: Genauso ist es. Unser Alltag im Innovation Hub gibt einen Vorgeschmack darauf, was Kunden vom erlebnisorientierten Einzelhandel erwarten dürfen. Ein Store ist heute weit mehr als eine Verkaufsstelle, sondern mindestens auch Showroom, Projektionsfläche für Gamification, Sehnsuchtsort inszenierter Momentaufnahmen der Generation Instagram. Unser Büro in Duisburg ist so gesehen auch ein Referenzprojekt in eigener Sache; weil mit Raum so umgegangen wurde, dass er den Fluss des Wissenstransfers und des sozialen Austauschs für die jeweiligen

Aufgaben bestmöglich unterstützt. Das trifft auch des Pudels Kern in Bezug auf die Hauptaufgabe von digitalen Lösungen im Retail – nämlich die Handelsfläche beim Verkauf zu unterstützen.

Herr Drewitz, mit welchen Trümpfen können die Store Makers von umdasch noch dabei helfen, dieses Ziel zu erreichen?

MD: Wir zeichnen uns durch die ganzheitliche Herangehensweise in Verbindung mit dem umfangreichen Leistungsangebot aus: So schätzen unsere Kunden, dass wir die gesamte Projektabwicklung vom Ladenbau über Digital Signage samt Content Creation bis zur elektronischen Preisauszeichnung übernehmen. Auf Wunsch verantworten wir als Generalunternehmer sogar den Innenausbau. Natürlich legen wir auch großen Wert auf Nachhaltigkeit: Unser umfassender Katalog für umweltfreundliche Materialien zeigt innovative Möglichkeiten. So entwickeln wir mit einzelnen Kunden Konzepte, die nach Nachhaltigkeitskriterien zertifiziert werden können. Viele Kunden möchten sich in so herausfordernden Zeiten wie jetzt auf einen Partner verlassen, der sie abseits ihres Kerngeschäfts maßgeblich unterstützt. Mit unserer Buffet-Mentalität haben die Retailer die Wahl, ob sie nur ein paar Häppchen wollen, sprich nur die Einrichtung, ausgewählte digitale Ergänzungen – oder das volle Menü. Und in unserem Innovation Hub in Duisburg können wir das Rezept für das stationäre Shopperlebnis Seite an Seite mit unseren unterschiedlichen Fachexperten optimal erarbeiten.



Herr Knoke, können Sie beispielhaft erklären, wie eine ganzheitliche Customer Experience aussehen kann?

SK: Keine Customer Experience gleicht der anderen – denn nur so wird sie eben zum einmaligen Erlebnis. Aber es gibt unzählige Möglichkeiten, wie man den Konsumenten komfortable oder einprägsame Einkaufsmomente ermöglichen kann – beides zahlt in den Erlebnisfaktor ein. So entsteht eine stimmige Atmosphäre passend zur jeweiligen DNA der Marke. Das Digital Retail-Team unterstützt hierbei die Design-Kollegen mit selbst kreiertem Content für digitale Flächen – passend zur Umgebung, dem Gesamtkonzept und natürlich der jeweiligen Zielgruppe. Das geht weit über den „Screen an der Wand“ hinaus. Es geht darum, gemeinsam mit dem Kunden spannende Ideen zu entwickeln und strategisch einzusetzen. Darum sind wir bei jedem Schritt des Consulting-Prozesses dabei und schaffen gewinnbringende Verknüpfungen mit digitalen Elementen.

Seit Kurzem bieten wir zusätzlich mit der Umdasch Group Ventures-Beteiligung shopreme Lösungen an, die vom digitalen Einkaufszettel über die Instore-Navigation und den Self-Checkout direkt am Regal alles in einem beinhalten. Das ist für die Verbraucher eine zukunftsweisende und bequeme Möglichkeit für das Shoppingvergnügen.

Können Sie bereits auf erste Projekte der interdisziplinären Teams in Duisburg zurückblicken, Herr Drewitz?

MD: Eines der jüngeren Projekte, auf das ich persönlich sehr stolz bin, ist Berlins größtes Outdoor-Haus: der neue Globetrotter Store in der Schloßstraße in Berlin-Steglitz. Auf vier Etagen mit rund 4.000 Quadratmetern durften wir hier für den Besucher ein Erlebniscenter der besonderen Art gestalten. Und zwar in allen Disziplinen, als Designer, Einrichter, Digital Retail-Experte und General Contractor (mehr dazu auf Seite 116). Dank des großen Erfolges haben wir das Konzept bereits in einer weiteren Globetrotter-Filiale in Dortmund umgesetzt.

Herr Knoke, was ist Ihr gemeinsames Lieblingsprojekt?

SK: Nur fünf Minuten zu Fuß von Globetrotter Berlin entfernt befindet sich der Flagship-Store von 11teamsports, ebenfalls in der Schloßstraße. Wir hatten den Auftrag, den „besten Fußball-Store der Welt“ zu realisieren. Schon beim Eintritt in den Laden taucht man in ein digitales Erlebnis ein: Über riesige LED-Walls werden Spielertunnel verschiedener Stadien angedeutet. Betritt der Besucher das Geschäft, ertönen Fan-Gesänge der jeweiligen Mannschaft aus den Soundduschen. Das ist eine einzigartige Customer Experience – für alle Sinne. Und zeugt von dem perfekten Zusammenspiel von Store Design und Digital Design von Anbeginn eines Projekts.

SDGs



KPI 4

Innovationsrate 14,7 %

Umsatz aller Innovationen (letzte 5 Jahre)
Umsatzerlöse



Umdasch Group Ventures und shopreme gestalten die Zukunft des Einkaufens



Gemeinsam Synergieeffekte optimal nutzen

Im Juli 2020 gründeten die Umdasch Group Ventures GmbH und die wirecube GmbH das Joint Venture shopreme GmbH, um gemeinsam das Einkaufserlebnis der Zukunft zu gestalten. Die Umdasch Group Ventures, der Innovation Hub der Umdasch Group AG, hält 26 % an shopreme. Im Vordergrund stand vor allem die optimale Nutzung der Synergieeffekte: shopreme – eine Lösung am Puls der Zeit – und auf der anderen Seite ein Konzern, der seit über 150 Jahren im Ladenbau erfolgreich tätig ist, mit weltweitem Vertriebsnetz und Branchenkontakten.

„Nachdem wir Gespräche mit einigen potenziellen Investoren geführt hatten, fiel für uns die Wahl sehr rasch auf die Umdasch Group Ventures. Einerseits weil wir sehr starke Synergien zwischen unserem Produkt und dem weitreichenden Know-how der Umdasch Group im Bereich Retail sehen, aber auch weil von Anfang an ein sehr vertrauensvolles und persönliches Verhältnis zu den Personen vorhanden war. Wir sind sehr glücklich mit unserer Entscheidung und können seit dem Start der gemeinsamen Arbeit bereits einige beachtliche Erfolge vorweisen.“

Florian Burgstaller
CEO shopreme

SDGs



Das Beste aus beiden Welten

Lange Einkaufsschlangen, genervte Kunden und gestresste Mitarbeiter – Erlebnisse, die jeder aus seinem Alltag kennt. shopreme, die Softwarelösung für den stationären Handel, hat sich zum Ziel gesetzt, das Beste aus der Online-Welt mit der Offline-Welt, also dem stationären Handel, zu verbinden. Die Kunden sollen die gleichen Vorteile, die sie beim Online-Kauf haben, auch im Geschäft erhalten und erleben. Dies schafft für den Kunden ein einzigartiges Einkaufserlebnis.

Wie funktioniert dies genau?

Die Scan & Go Lösung shopreme digitalisiert den Einkaufsprozess. Der Kunde lädt die App herunter, scannt im Geschäft die Produkte mit dem Smartphone, bezahlt in der App, erhält eine digitale Rechnung und verlässt das Geschäft.

„shopreme zählt technologisch zu den stärksten Scan & Go Lösungen. Wir bieten für Händler und Kunden viele zusätzliche innovative Funktionen entlang der gesamten Einkaufsreise.“

Maria Tagwerker-Sturm
Managing Director shopreme

Neben Scan & Go, dem Herzstück von shopreme, werden noch zahlreiche Zusatzlösungen, wie zum Beispiel eine Indoor Navigation, Produktempfehlungen, Einkaufslisten und noch vieles mehr, angeboten.

Kundenstimmen

Das junge Joint Venture weist bereits jetzt zahlreiche namhafte Kunden auf, die die Lösung im Einsatz haben. Dazu zählen beispielsweise: Billa Österreich, der Flughafen München, go2market, Douglas und Möbelix.

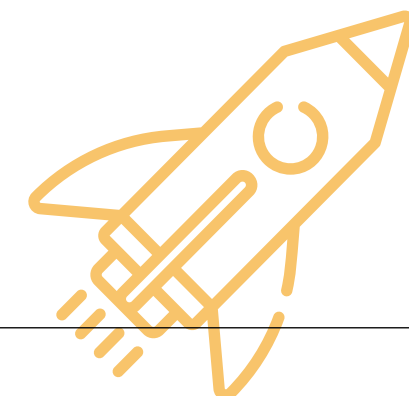
„Wir haben nach einer innovativen Lösung gesucht, um unseren Kundinnen und Kunden das Einkaufen noch angenehmer zu gestalten. Das Warten an der Kassa zu reduzieren sowie das Ein-, Aus- und Wieder-Einräumen des Einkaufs zu vermeiden, ist gerade jetzt angesichts der Corona-Situation ein wichtiges Asset.“

Julia Stone, Director Digital and Innovations
bei REWE International AG / Billa AG

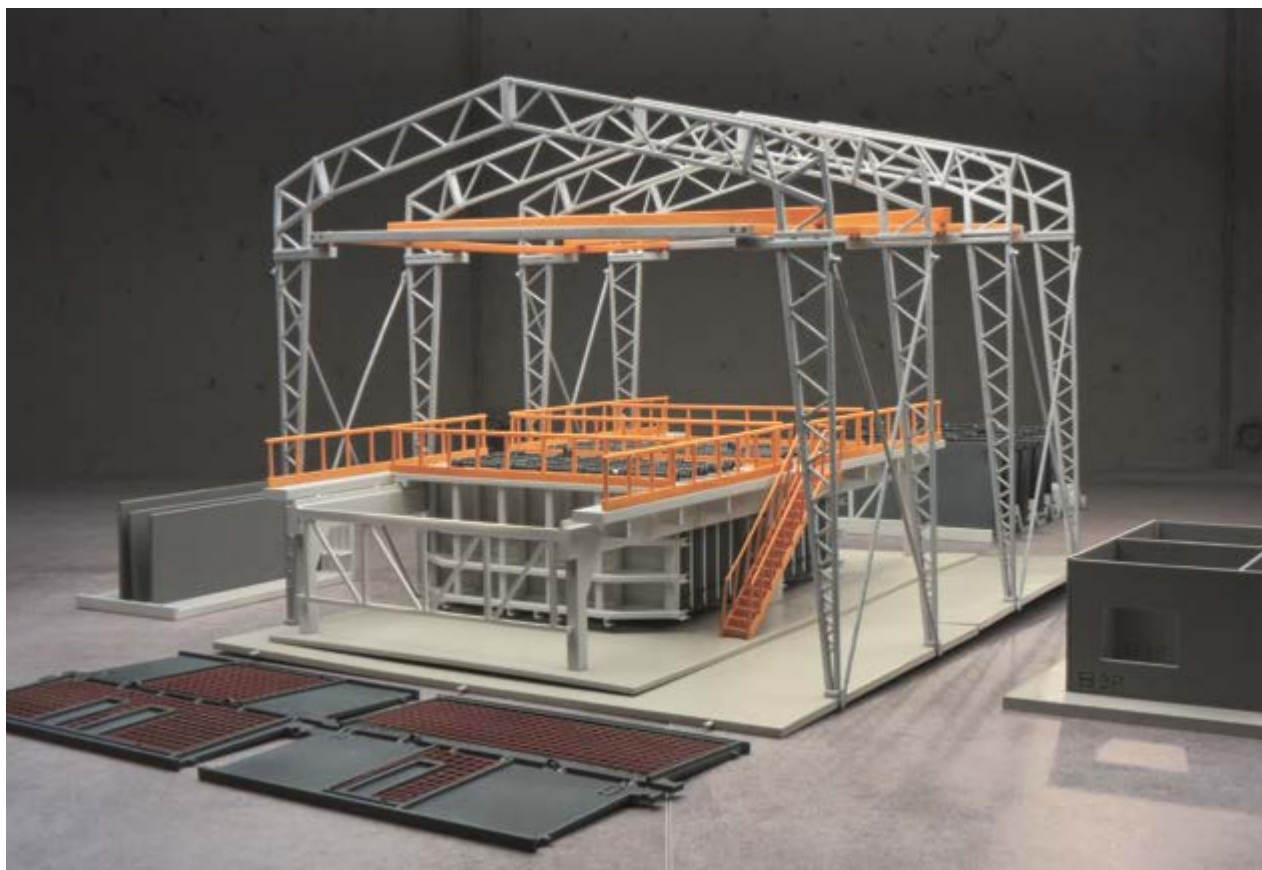
KPI 5

Innovationsfreude 3,1%

Gesamtausgaben für Innovation
Umsatzerlöse



Volle Fahrt voraus! Neues Marktsegment durch additive Fertigung



Additive Fertigung für Kunststoff und Metall

Die additive Fertigung (3D-Druck) findet verstärkt Einzug in der Industrie. Innerhalb der Umdasch Group erkannte man die Potenziale und setzte sich sehr intensiv mit der Technologie Selektives Laser Sintering (SLS) im Kunststoffbereich und Selektives Laser Melting (SLM) im Metallbereich auseinander. Die Grenzen und Möglichkeiten sind gut einschätzbar und die Prozesse beherrschbar.

SDG



Aufbau eines vielversprechenden Marktsegments in der Umdasch Group Ventures

Um auch externen Unternehmen die Nutzung dieser Technologie zu ermöglichen, wurde der Bereich der Additiven Fertigung in der Umdasch Group NewCon, der operativen Holding der Umdasch Group Ventures, angesiedelt. Ziel dieser Ausrichtung ist es, das Know-how für die gesamte Umdasch Group zu sichern und konsequent auszubauen. Die Umdasch Group NewCon ist darauf ausgerichtet, neue vielversprechende Geschäftsfelder aufzubauen. Neben der konzernweiten Nutzung können künftig externe Kunden auf folgende Dienstleistungen zurückgreifen: Rapid Prototyping, Serienfertigungen und Beratung & Training.



Erste Erfolge bestätigten die eingeschlagene Richtung

In Zusammenarbeit mit der Firma Knorr-Bremse gelang es, eine passende Zusatzkomponente für Wagons aus Kunststoff zu drucken. Verschiedenste Kunststoffarten wurden gemeinsam evaluiert und beim Kunden im Validierungscenter in Kempten umfangreich getestet und geprüft. Nach dieser raschen Optimierung konnte die Kleinserie produziert werden.

„Genau bei diesem Produkt zeigt sich der Vorteil vom 3D-Druck gegenüber konventionellen Fertigungsmethoden, da wir im Moment auch die Geometrie stetig verbessern. Werkzeugkosten entfallen, lediglich das CAD-Modell muss angepasst werden.“

Kurt Freunthaler, Strategischer Einkauf Knorr-Bremse

In nahezu jeder Phase der Produktentwicklung sind Prototypen unabkömmlich. Rapid Prototyping ermöglicht rasche Iterationsschleifen. Mit Hilfe der physischen Bauteile können erste Tests und Funktionsprüfungen durchgeführt werden. Fehlerquellen werden somit frühzeitig erkannt und behoben. Damit werden Produktentwicklungszeiten reduziert und die Markteinführung wesentlich beschleunigt. Dies schafft einen starken Wettbewerbsvorteil.

Die additive Fertigung ermöglicht es, dass auch komplexe Geometrien wirtschaftlich und effizient hergestellt werden können, welche mit keiner anderen Technologie gefertigt werden können. Die Herstellung erfolgt softwaregestützt direkt vom 3D-Modell des Entwicklers ohne Sonder- und Zusatzwerkzeuge. Dadurch sind auch Ausführungsvarianten von Produktlösungen und Kleinserien ohne zusätzliche Einmalkosten für Werkzeuge kostengünstig realisierbar. Dies resultiert in Zeit- und Kosteneinsparungen.



Die Firma RENA beschäftigt sich mit der elektrochemischen Nachbereitung von 3D-gedruckten Metallteilen. Dies umfasst die zugrundeliegenden Prozesse, den Bau und Verkauf autonomer Finishingmodule sowie Nachbearbeitung als Serviceleistung. Es wurden Testteile in den verschiedensten Varianten zur Verfügung gestellt, die für die Optimierung des Nachbearbeitungsverfahrens herangezogen wurden.

„Die rasche Umsetzung unserer Anforderungen sowie die hohe Flexibilität bei den verschiedensten Materialanforderungen schätzen wir sehr in der partnerschaftlichen Zusammenarbeit.“

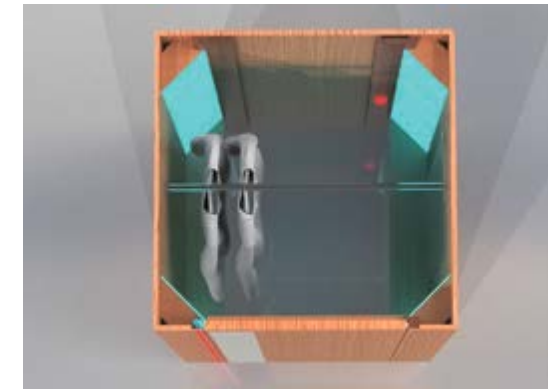
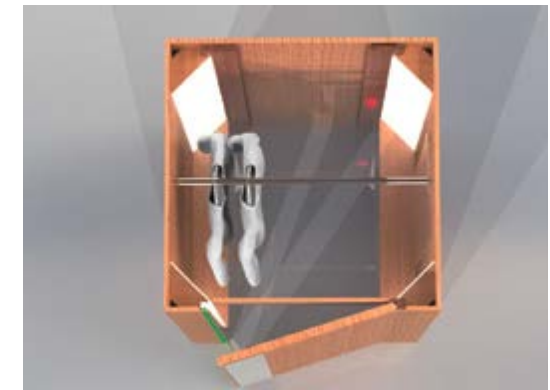
Dr. Selma Hansal, Head of Research bei RENA Technologies Austria

umdasch The Store Makers for Retail – herausragende Produkte für herausfordernde Zeiten

Zwei Meter Abstand zu den Mitmenschen, Maske tragen, bestmögliche Hygiene: Diese Anstandsregeln sind mittlerweile weltweit eine Selbstverständlichkeit unseres Alltags geworden. Verantwortungsvollen Geschäftstreibenden ist das aber nicht genug. Sie wollen noch mehr Sicherheit am Point-of-Sale – für eine möglichst unbeschwerte Customer Experience. Ob gesetzliche Auflage oder freiwillige Draufgabe: umdasch The Store Makers hat bereits während der ersten Lockdown-Phase im Frühjahr 2020 an praktikablen Innovationen für diese besonderen Zeiten gearbeitet.



SDGs



Smart Gate

Die Store Makers von umdasch denken auch über die Verkaufsfläche hinaus: Das umdasch Smart Gate misst schnell, kontaktlos, anonym und mit höchster Präzision die Körpertemperatur von Personen über Infrarotstrahlung – optimal für den Einsatz im industriellen Umfeld, in Lagerbereichen und Bürogebäuden. Ein komplexer Algorithmus errechnet ohne Umgebungseinflüsse die exakte Körpertemperatur in Echtzeit – das perfekte Tool für die Sicherheit von Mitarbeiter*innen in verschiedensten Branchen, auch abseits des Retail.

Hygiene Station

Alle erforderlichen Maßnahmen für Geschäfte, vereint in einem Gerät: Die Hygiene Station gibt kontaktlos Desinfektionsmittel aus, dient als Tuch- und Maskenspender und regelt in der Pro-Version sogar die Zugangskontrolle. Hygiene-Management in jeder Größe und für jedes Budget – rund 10.000 verkaufte Systeme im Jahr 2020 sprechen für sich.

UV-C Fitting Room

Der umdasch UV-C Fitting Room ermöglicht Kunden eine bedenkenlose Anprobe in der Umkleidekabine. Die eingesetzte UV-C-Strahlung sorgt für eine schnelle und sichere Desinfektion sämtlicher Kleidungsstücke, Accessoires und Oberflächen. 99,9 % der Bakterien und Viren wird so der Garas gemacht. Die Kabine kommt maßgeschneidert für jeden Store und lässt sich auch problemlos nachrüsten.

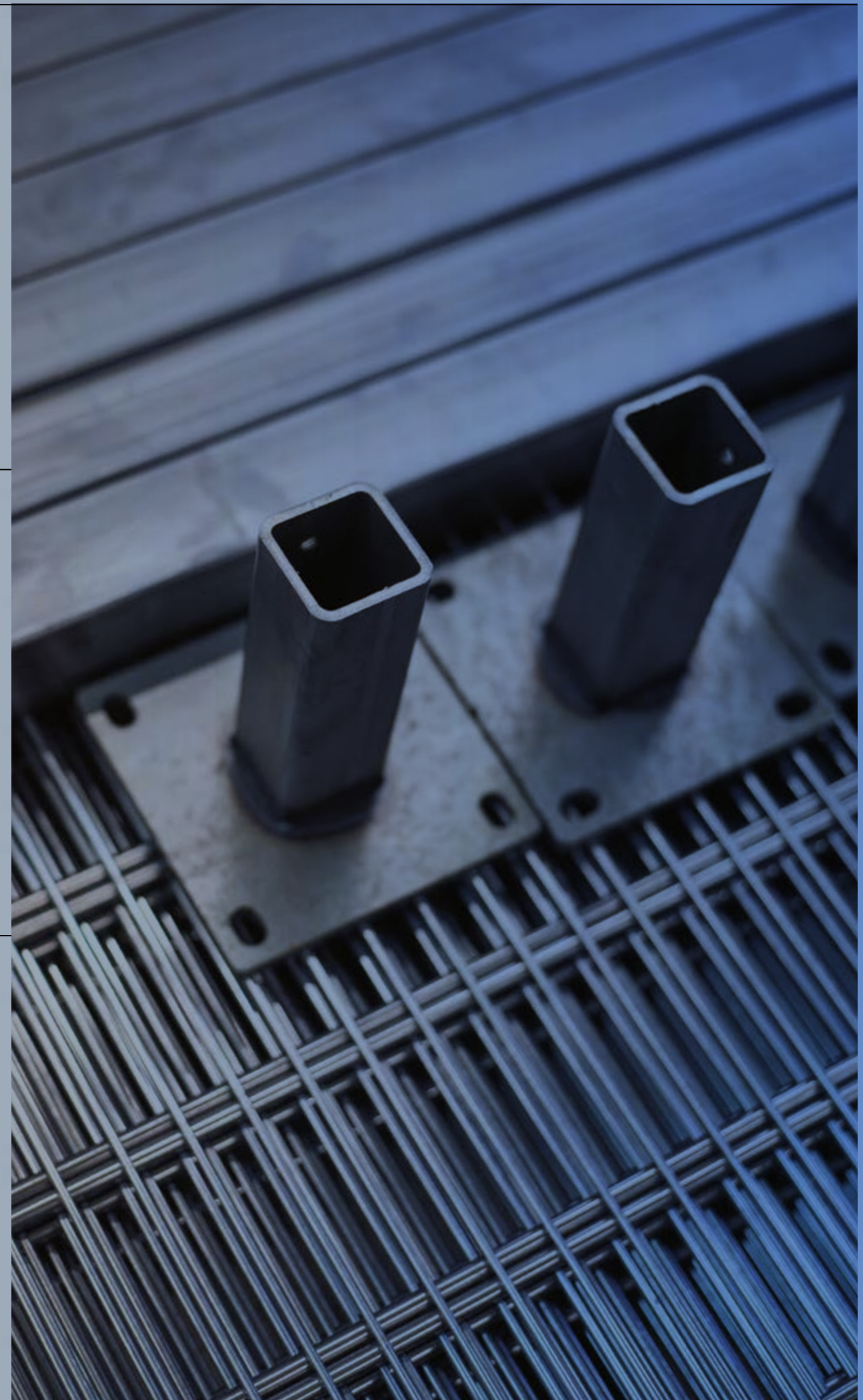
Kundenstrom-Management

Displays mit eingebauter Kamera und einer Zählfunktion, entweder als Stand-alone-Lösung oder integriert in der Hygiene Station. Über eine Benutzeroberfläche lässt sich die maximale Personenzahl im Store festlegen, ein Ampelsystem reguliert den Kundenstrom. So sind die Händler stets auf der sicheren Seite – genau wie ihre Kunden.



Unsere Produkte

Die Nachhaltigkeit eines Produkts stellt sich über seinen Lebenszyklus dar: Wie werden Rohstoffe gewonnen? Wie verarbeitet? Wie effizient und ökologisch ist der Herstellungsprozess? In unseren Branchen Schalung und Ladenbau gilt dem Einsatz unserer Produkte besonderes Augenmerk. Qualität und Verarbeitung sind entscheidend für deren Langlebigkeit. Darauf setzen wir unseren Fokus.



Pulverbeschichten 4.0 Innovativ. Nachhaltig. Ökologisch.

Es ist eine Anlage, wie Europa sie selten gesehen hat und der nächste Schritt in Richtung Fabrik der Zukunft: die neue Pulverbeschichtungsanlage der Doka. Das Unternehmen setzt damit eine der größten Investitionen seit Jahrzehnten und ein signifikantes Bekenntnis zum Standort Amstetten.



SDGs



Pulverbeschichten – was ist das überhaupt?

Das ist eine Bearbeitungsmethode, durch die Metall widerstandsfähiger gegen Korrosion wird. Doka beschichtet damit die Metallrahmen seiner Schalungssysteme. Warum? Die Schalung ist auf der Baustelle Regen, Schnee, praller Sonneneinstrahlung, stark schwankenden Außentemperaturen und selbstverständlich Beton ausgesetzt. Der Metallrahmen steht also unter Druck. Aber nicht, wenn er feuerverzinkt und pulverbeschichtet ist. So hält die Schalung den Zuständen auf der Baustelle länger stand und lässt sich – nützlicher Nebeneffekt – einfacher und schneller reinigen. Und das ist gut. Denn das verlängert die Lebenszeit einer Rahmenschalung signifikant. Pulverbeschichten erhöht also die Lebensdauer und ist daher eine Investition in die Nachhaltigkeit. Ein wesentlicher Grund, warum die Doka-Mietqualitätsstandards und die Gebrauchschalungen von den Kunden sehr geschätzt werden.

Nachhaltigkeit war für die Doka immer schon ein gelebtes Thema, Rahmen für Betonschalung wurden auch bisher bereits „gepulvert“, wie es in der Fachsprache heißt. Bis dato war es bei großformatigen Rahmen nicht wirtschaftlich, zu umständlich und logistisch zu aufwendig. Seit 2021 ist eine hochmoderne Anlage nahe dem Headquarter-Standort Amstetten in Betrieb. Rahmen ab drei Metern und breiter bezeichnet man als groß. Kunden verlangen immer stärker nach solchen Rahmenschalungen – ein Trend, der sich in Zukunft fortsetzen wird.

Nachhaltigkeit spielt auch eine wesentliche Rolle im Produktionsprozess selbst. Denn die Produktion der Zukunft ist grün und geht sparsam mit Ressourcen um: 80 % weniger Wasser verbraucht die neue Anlage, und zwar einfach dadurch, dass mehrere Spülschritte mit dem jeweils recycelten Wasser durchgeführt werden statt nur ein einziger. Die verwendete Chemie ist deutlich umweltschonender, punktgenauer eingesetzt und kann daher effizienter wirken. In den Pulverkablen wird das Beschichtungspulver wohl-

siert und sparsam aufgebracht, überschüssiges Pulver aufgesaugt und wiedereingesetzt. Schlauer Umgang mit Wärme ermöglicht es, dass der Einbrennofen den Haftungstrockner mitbeheizt und so das Trocknen fast ohne Energieaufwand geschieht.

Die neue Anlage kann das alles. Und ist dabei natürlich wirtschaftlich. Außerdem erfüllt sie die Wünsche der Kunden, bei Systemkäufen ihre eigene Schalung deutlich flexibler, schneller und kostengünstiger in ihren Wunsch- bzw. Corporate-Farben zu erhalten. Ob großer Rahmen oder kleiner, ob hohe Stückzahl in Serienproduktion oder geringe von Hand pulverbeschichtet, ob ein Rahmen in der Wunschfarbe des Kunden oder farblos: Die einzelnen Abschnitte der neuen Anlage sind entkoppelt und extra steuerbar. Sie ist schnell umrüstbar, bequem zu reinigen, einfach zu bedienen. Zum Beispiel wird nun das Pulver per Roboter aufgetragen. Was die Automotivindustrie seit Jahren nutzt, wendet Doka jetzt in der Schalungsproduktion an. Das bringt gleichbleibend hohe Qualität auf großen Flächen in großer Stückzahl.

Auf den Punkt gebracht – was kann die neue Dimension des Pulverbeschichtens?

Jeden einzelnen Produktionsschritt hinsichtlich Nachhaltigkeit optimieren und das mithilfe modernster Robotertechnologie, Digitalisierung, Automatisierung. Technologie am neuesten Stand. Zum Schutz der Umwelt und des Menschen.

Fabrik der Zukunft heißt, Bestehendes neu denken und so anwenden, dass alles unter einen Hut gebracht wird: Kundenbedarf, Umwelt, ergonomische Arbeitsplätze, nachhaltige Jobs. Und das wirtschaftlich und preislich im Sinne des Kunden abbildbar. Ein Meilenstein in der Doka-Produktion. Ein großes Bekenntnis zum Doka-Headquarter Amstetten und der Region. Ein Riesenschritt Richtung Zukunft.

KPI 6

Weiter-
empfehlungsrate **73,5 %**

Der Net Promoter Score (NPS) gibt Aufschluss über die Wahrscheinlichkeit, mit der uns unsere Kunden weiterempfehlen.

Welcome AT-PAC!

Doka erweitert das Geschäftsmodell Schalung um industrielle Gerüst-Produkte und Dienstleistungen

Schalungssysteme für Baufirmen – das ist das bewährte und erfolgreiche Geschäftsmodell der Doka. Mit der Beteiligung an einem der Marktführer im Bereich industrieller Gerüste, dem US-Unternehmen AT-PAC, steigt Doka 2020 neben dem Erfolgsmodell Schalung in ein weiteres Geschäftsfeld ein. Zusätzlich bedeutet das ein völlig neues Kundensegment: die Industrie.



SDGs





2.500 Tonnen Gerüst für die Region Middle East & Asia – hier die Ankunft in Singapur

Mit AT-PAC
neue Industrien
erobern



Damit schlägt die Doka ein neues Kapitel ihrer Firmengeschichte auf, denn „Gerüste“ ist nicht länger nur eine Produktkategorie, sondern wird dadurch zum eigenen Geschäftsfeld.

Von „Doka – Die Schalungstechniker“ also zu „Doka – Die Gerüstexperten“? Ein eindeutiges Ja, wenn es um Anwendung und Vertrieb geht. Doka wird in erster Linie ihr weltweites Vertriebsnetz in die Kooperation einbringen. Entwicklung und Produktion bleiben hingegen in der Hand von AT-PAC, das Unternehmen verfügt darin bereits über jahrzehntelange Erfahrung. Das Verknüpfen der globalen Vertriebs- und Logistikstärke der Doka mit der Gerüste-Expertise von AT-PAC ist einer der großen Vorteile, von denen Kunden zukünftig global profitieren werden.

AT-PAC ist ein führendes Unternehmen im Bereich hochqualitativer Gerüste im Kauf- und Mietsegment. Mit weltweit über 250 Mitarbeiter*innen, 17 Niederlassungen und einer über 20-jährigen Erfahrung bietet AT-PAC durchdachte Gerüstlösungen von der Planung über die kundenspezifische Anpassung bis zur Produktion und Schulung.

Wesentlicher Schritt der Doka- Wachstumsstrategie

Welch wichtigen Meilenstein der Einstieg in die Gerüsteindustrie darstellt, beweist, dass die Beteiligung trotz der schwierigen weltweiten Corona-Situation einhergehend mit einem vorübergehenden Investitionsstopp in 2020 trotzdem vollzogen wurde. Mit der Akquisition erhält Doka auch Zugang zu neuen Kundengruppen und macht sich somit unabhängiger von der Bauindustrie und ihren saisonal und konjunkturell bedingten Volatilitäten. Das Geschäftsfeld Gerüste bedient die Großindustrie, ist daher konstanter und bietet kontinuierliche Wachstumschancen.

Überzeugende Transformationsarbeit

Die Beteiligung an AT-PAC stellt nicht nur ein gelungenes Beispiel für die Umsetzung neuer Marktchancen dar. Das Projektteam rund um Paolo Zumaglini hat die Post-Merger-Integration beispielhaft bewerkstelligt. Weltweit wurden und werden Schritt für Schritt die bisher vertriebenen Gerüste durch AT-PAC-Produkte ersetzt. Dazu braucht es sowohl Struktur als auch Kultur. Operations, Engineering, Product Management, Sales, Marketing – in diese Veränderung ist die gesamte Organisation mehr oder weniger involviert.

Mittels eines professionell aufgesetzten Prozesses, begleitet durch ein transparentes Kommunikationskonzept, konnte die gesamte Mannschaft gut auf den Weg mitgenommen werden. Und das auf beiden Seiten. Denn der Prozess berücksichtigt auch die Bedürfnisse der AT-PAC-Teams – auch für sie bedeutet der neue Miteigentümer eine große Veränderung, der es mit Offenheit, Fingerspitzengefühl und vor allem auf Augenhöhe zu begegnen gilt. Gratulation dem Team dazu!



SDGs



Hoşgeldiniz, herzlich willkommen, umdasch Madosan!

Ein ungewöhnlicher Schritt im außergewöhnlichen Jahr 2020? Nein! Ein starkes Fundament mit gleichen Werten und Zielen als Basis für gemeinsame Wege. Seit Oktober 2020 ist umdasch The Store Makers mit 55 % an dem türkischen Unternehmen umdasch Madosan beteiligt.

Der Spezialist für Blechladenbau und Schwerlastregale zählt zu den erfolgreichsten Vertretern seiner Branche – weit über die türkischen Grenzen hinaus. Seit der Gründung im Jahr 1993 erarbeitete sich Madosan ein Netzwerk in 75 Ländern. Mehr als zwei Drittel der Produkte gehen an internationale Kunden, darunter die Supermarktkette Auchan, den Drogeriemarkt-Spezialisten Rossmann, die Baumarktkette Leroy Merlin, Bosch und Saint-Gobain. Gefertigt wird mit rund 125 Mitarbeiter*innen am Hauptstandort in Bursa, einer Millionenmetropole etwa zwei Autostunden südlich von Istanbul. In der 16.000 Quadratmeter großen Produktion erstellen die Profis von umdasch Madosan eine breite Palette an Metalllösungen für Branchen wie Food, Drogerie und Systemgastronomie sowie Nonfood, Do-it-yourself und Elektromärkte, ergänzt um Lagerlösungen.

„Mit umdasch Madosan gewinnen wir eine Unternehmenstochter, die uns gerade in diesen wirtschaftlich herausfordernden Zeiten hilft, unseren Wachstumskurs fortzusetzen. Mit der Beteiligung erhalten wir Zugang zu international bedeutenden Handelskunden und gewinnen eine außerordentlich wettbewerbsfähige Produktionsbasis“, wie Silvio Kirchmair, CEO von umdasch The Store Makers, die erfolgreichen Verhandlungen mit Madosan kommentiert. „Die Gespräche begannen im Jahr 2018. Schon bei den ersten gegenseitigen Besuchen hat sich gezeigt, dass unsere Unternehmensgrundsätze auf denselben Werten fußen“, setzt Silvio Kirchmair fort.

Beide Unternehmen fühlen sich ihren familiären Werten verpflichtet und wollen international expandieren – das führte umdasch und Madosan, das bisher im Besitz des Ehepaars Vedat und Sevgi Saygin stand, schließlich zusammen. „Wir sind im gleichen Business, aber auf unterschiedlichen Märkten tätig. Ab sofort können wir voneinander lernen und von der internationalen Ausrichtung des jeweils anderen profitieren“, zeigt sich Vedat Saygin, bisheriger Alleineigentümer, erfreut. Gemeinsam mit seiner Gattin Sevgi, die in der türkischen Wirtschaft durch ihre Funktion als Präsidentin des Women Entrepreneur Boards bestens vernetzt ist, bleibt er Gesellschafter und Mitglied im Aufsichtsrat. „In unzähligen Videokonferenzen und Telefonaten haben wir bereits in der Akquisitionsphase neue Brücken entlang der Seidenstraße gebaut – und damit bewiesen, dass auch unter erschwerten Bedingungen eine Partnerschaft möglich ist. Umso mehr freuen wir uns, dass die Zusammenarbeit seither von Erfolg gekrönt ist“, ergänzt Sevgi Saygin.

Innerhalb der Store Makers ist umdasch Madosan Teil der Division Food Retail und ergänzt den größten Produktionsstandort im österreichischen Leibnitz.

Being customers' first choice – von der Umsetzung zur Realität



Unterschiedliche Kunden haben unterschiedliche Bedürfnisse. Etwa Kunden mit großvolumigen Projekten, die sich über Jahre, manchmal auch Jahrzehnte erstrecken. Ihr Fokus liegt auf Beratung und Betreuung. Grund genug für die Doka, KAPS – Key Accounts & Project Solutions – ins Leben zu rufen. Der noch junge Bereich sieht „ganz schön alt aus“, wenn es um seine Erfahrung geht: KAPS bündelt das geballte Know-how der Doka Expertise Center mit den entsprechenden Baumethodenkompetenzen und den Kontakten und Beziehungen zu den internationalen Großkunden.

Der Bedarf ist hoch. Etwa im Bereich Infrastruktur. Viele Regionen der Welt – auch in Industrieländern – hinken in der Bereitstellung angepasster Infrastruktur hinten nach. In den nächsten Jahrzehnten gibt es also viel Aufholbedarf. Es sollen Straßen, Brücken, Tunnel, Bahnhöfe, U-Bahnen entstehen oder Versorgungseinrichtungen wie Wasserkraftwerke und vieles mehr. Ähnlich steht es mit dem Bedarf an Wohnraum in Ballungszentren. Da dieser nur begrenzt zur Verfügung steht und die Quadratmeterpreise in den Metropolen teilweise explodieren, gehen Investoren und Bauherren zunehmend „in die Luft“. Das heißt, es wird in die Höhe gebaut – wobei das Know-how der Doka zum Einsatz kommt: Highrise.

SDGs



Global Expertise Center Highrise and Infrastructure

KAPS bündelt also die Erfahrung vieler Jahrzehnte in der Planung und Ausführung internationaler Großprojekte im Bereich Highrise und Infrastruktur. Der Auftrag: Entwicklung optimierter Schalungslösungen entsprechend der Kundenanforderung und den Baumethoden, wobei der Fokus auf Sicherheit, Effizienz und der Einhaltung lokaler Standards liegt. Die Lösungen sind trotz der langen Erfahrung alles andere als „von der Stange“. Jedes Projekt ist anders und verlangt nach individuellen Ideen – aus denen nicht selten Innovationen entstehen, die ins Portfolio der Schalungsbranche Einzug halten.

Global Key Account Management

Kundenbeziehungen im Bereich von Großprojekten zeichnen sich durch langfristige Partnerschaften aus. Man arbeitet oft schon Jahre intensiv zusammen, bevor noch der erste Bagger auf der Baustelle zum Aushub ansetzt. Der „Single-Point-of-Contact“ ist in jeder Bauphase besonders wichtig. Egal, ob es um Added-Value-Lösungen in der Planungs- und Angebotsphase geht oder später als Teil des ausführenden Projektteams: Der Global Key Account Manager ist die eine Schnittstelle für den Kunden hin zu allen relevanten Playern innerhalb der Doka-Organisation und garantiert den priorisierten Zugang zu den Innovationen bei Produkten, Dienstleistungen, Prozessen und der Digitalisierung.

Large Scale Project Management

Nach innen ist KAPS die Drehscheibe für die Doka-Landesgesellschaften, um von der gebündelten, globalen Doka-Erfahrung zu profitieren und den Kunden vor Ort den bestmöglichen Projektsupport zu bieten.

Beispiel HS2

Ein schönes Beispiel ist die Hochgeschwindigkeitsstrecke HS2 – High Speed 2 – von London nach Birmingham, in einer zweiten Phase von dort nach Manchester und Leeds. Die Errichtung eines Schnellstrecken-Schienennetzes rückt in vielen Regionen und Ländern in den Fokus des Infrastrukturausbaus, der eine Trendwende weg von Kurzstreckenflügen hin zur Bahn einläuten soll.

Mit einer Maximalgeschwindigkeit von 400 km/h wird Birmingham dann von London aus in weniger als 50 Minuten erreichbar sein. HS2 ist ein besonders nachhaltiges Beispiel für die Zusammenarbeit zwischen den Doka-Niederlassungen in der Region und den KAPS-Spezialisten in der Zentrale. Wir halten die Daumen für dieses Mega-projekt, das einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der globalen Nachhaltigkeitsziele leisten wird.

KPI 7

Service-
quote 50,7 %

Umsatz aus Services und Dienstleistungen
Umsatzerlöse



Unsere Projekte

2020

Bürogebäude komplett in 3D geplant

Bei der Entstehung des Bürogebäudes Citygate in Göteborg wird nicht nur in Höhen- und Quadratmetern gedacht, sondern auch großer Wert auf Nachhaltigkeit gelegt. Das Gebäude ist künftig nicht nur das neue Wahrzeichen im Geschäftsviertel Gårda, sondern auch ein Vorzeigeprojekt für umweltbewusstes Bauen. So wird zum Beispiel ein spezieller Beton („Green concrete“) verwendet, der eine Einsparung von 250 Tonnen Kohlendioxid ermöglicht. Weiters zielt die Verwendung von recyceltem Aluminium in der Fassade darauf ab, möglichst ressourcenschonend zu arbeiten.

Durch die 3D-Schalungsplanung mit der Software DokaCAD for Revit und den Einsatz der digitalen Services DokaXact und Concremote konnten der Bau ressourcenschonender geplant und Bauprozesse laufend optimiert werden. Hinsichtlich Sicherheit wurden unter anderem speziell angefertigte Treppen als Gehwege zwischen den verschiedenen Ebenen installiert.

Citygate

Projekt

Göteborg, Schweden

Standort

Hochhaus

Bauwerksart

SDGs



Der 144 m hohe Bürokomplex in Gårda, Göteborg wächst mithilfe der Selbstkletterschalung SKE50 plus in den Himmel.

All-in-one-Paket für die erste Freivorbaubrücke in Kuwait

RA217
Nawaseeb Road
Projekt

Kuwait-Stadt,
Kuwait
Standort

Ortbetonbrücke
in Freivorbau-
methode
Bauwerksart

Der Abschnitt RA217 der Nawaseeb Road, auch bekannt als Route 40, ist ein wichtiger Bestandteil des kuwaitischen Hauptstraßennetzes und Teil des Kuwait-Entwicklungsplans 2015–2020. Bei dem Projekt geht es um den Um- und Ausbau einer 37 Kilometer langen Straße zu einer sechsspürigen Autobahn mit neun Anschlussstellen und drei Brücken. Das Ziel ist es, die Sicherheit auf den Straßen zu verbessern und einen optimalen Verkehrsfluss zu ermöglichen.

Mit der Realisierung des Autobahnbrückenabschnitts wurde in Kuwait erstmals eine Freivorbaubrücke in Ortbetonbauweise errichtet. Der Beitrag von Doka: Ein Paket an unterschiedlichen Lösungen – von der 3D-Planung über Freivorbauwagen bis hin zur Betreuung vor Ort durch Richtmeister – für einen reibungslosen, schnellen und wirtschaftlichen Ablauf auf der Baustelle.

1



2



3



SDG



1 Das Brückenprojekt stellt in zweierlei Hinsicht eine Besonderheit dar. Es ist das erste Freivorbaubrückenprojekt Kuwaits und zudem wird erstmalig im Land eine Brücke in Ortbetonbauweise errichtet.

2,3 Die virtuelle Schalungsplanung des Freivorbauwagens mithilfe der Planungssoftware DokaCAD for Revit unterstützte bei der Umsetzung des Projekts auf der realen Baustelle.

Von oben nach unten statt hoch hinaus

Im Gegensatz zum unkontrollierten Abbruch mit der Abrissbirne oder durch Sprengung, erfolgt der Abriss heute oft als planmäßiger Rückbau mit weitgehender Sortentrennung der einzelnen Baustoffe und zum Schutz benachbarter Bauwerke. Zudem gilt es, die Baustellenmannschaft sowie das Baustellenumfeld vor Emissionen wie Lärm, Staub, herabfallenden Teilen und Erschütterungen zu schützen. Beim Rückbau der Türme des ehemaligen Funkhauses der „Deutschen Welle“ in Köln waren genau das die Kriterien, weshalb man sich für eine gezielte Demontage des Gebäudes entschied.

Um den Rückbau geordnet und vor allem sicher durchzuführen, war die Expertise von Doka gefragt. Normalerweise werden Schalungssysteme herangezogen, wenn es um die Errichtung von Betongebäuden geht. Doch mit dem Selbstklettersystem Xclimb 60 in Kombination mit dem Schutzschild Xclimb 60 lieferte Doka ein System, das sowohl die Anforderungen moderner Hochhausbaustellen als auch von Rückbauprojekten erfüllt.

Rückbau
„Deutsche Welle“
Projekt

Köln,
Deutschland
Standort

Hochhaus
Bauwerksart

SDGs



Sowohl der Büroturm (links) als auch der Studioturm wurden für den Rückbau ringsum mit dem Schutzschild Xclimb 60 eingehaust.

Interaktive 3D-Welt auf der Baustelle

In Flums bei St. Gallen entstand ein Ersatzneubau für ein Wasserkraftwerk – ganz ohne Papier. Doka war mit dabei und erstellte die Schalungspläne komplett in 3D. Durch das sogenannte BIM-to-Field – die Anwendung der digitalen 3D-Modelle auf der Baustelle – wurde der Aufbau der Schalungssysteme vor Ort deutlich erleichtert. An die Stelle von Bauplänen auf Papier trat ein durchgehend digitaler, modellbasierter Prozess: vom Aushub über die Bewehrung, die Schalung bis hin zur Qualitätssicherung. Ist das Schalungskonzept optimal an die örtlichen Gegebenheiten auf der Baustelle angepasst, lässt sich das benötigte Material für jeden Betonierschritt automatisiert aus dem Modell ermitteln und just-in-time bestellen. Im Fall des Wasserkraftwerks konnte mit weniger Material gearbeitet werden, was angesichts der beschränkten Platzverhältnisse auf der Baustelle ein großer Vorteil war.

Kraftwerk Schils

Projekt

Flums, Schweiz

Standort

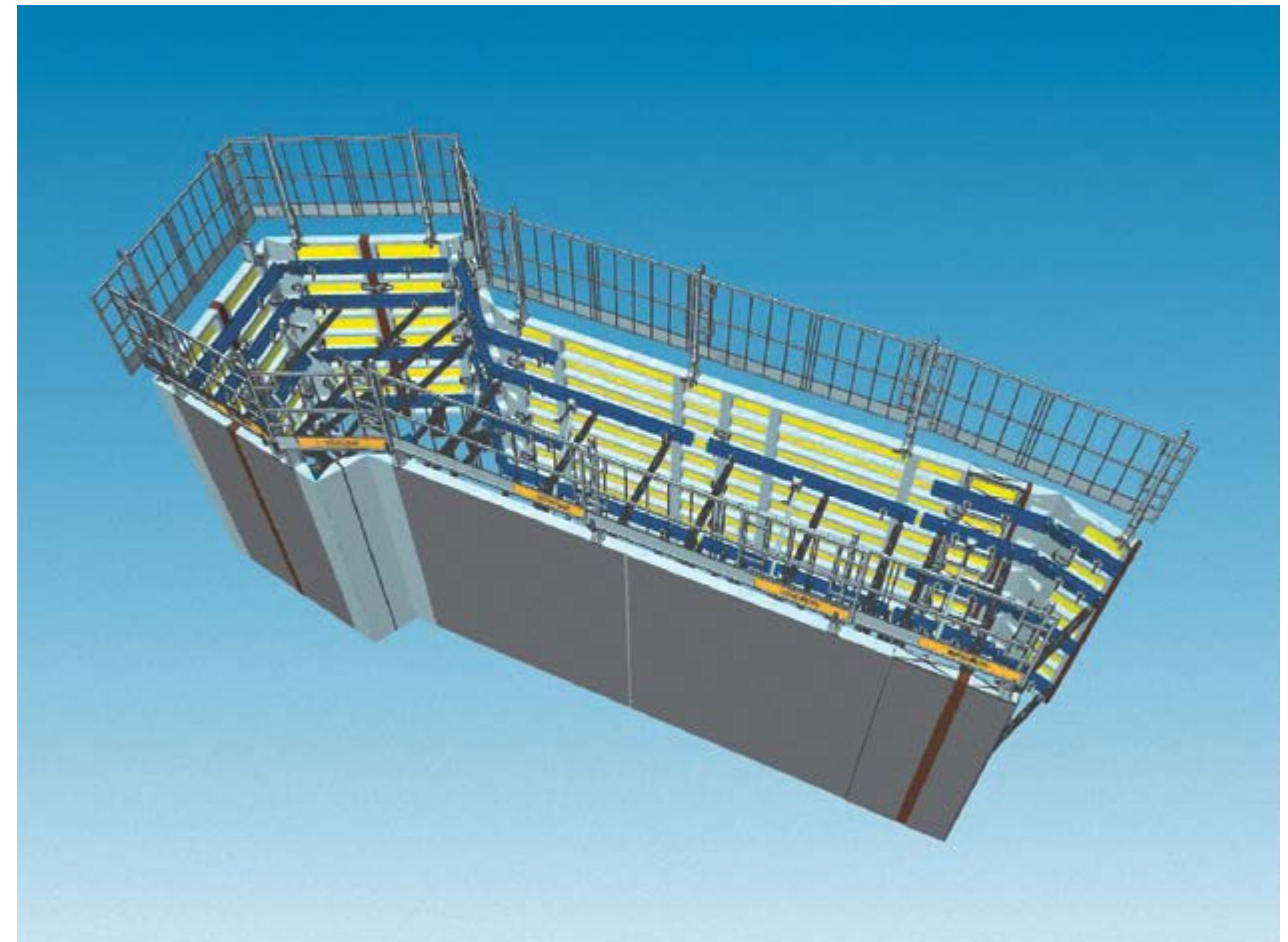
Wasserkraftwerk mit Sichtbeton- oberflächen

Bauwerksart

SDG



1



2



1 3D-Schalungsmodell der ersten Etappe im Untergeschoss.

2 Kontrolle des Schalungsaufbaus anhand des 3D-Schalungsmodells auf dem Tablet.

Die Zukunft des Gesundheitswesens mitgestalten

In den letzten Jahren hat sich der Schwerpunkt der Bauprojekte in Finnland stark vom Wohnungsbau zur Schaffung kommunaler Infrastrukturen verschoben. Für eine bessere Versorgung der Gesellschaft braucht es unter anderem auch gut funktionierende Krankenhäuser. Diese Notwendigkeit veranlasste die Krankenhausorganisation in der nordfinnischen Stadt Oulu, das Universitätsklinikum im Rahmen des Reformprogramms OYS 2030 in einer einzigen Phase zu erneuern. Dadurch sollen die Kosten für die Instandhaltung der Gebäude gesenkt, die Energieeffizienz erhöht und die Patientensicherheit verbessert werden. Das neue Klinikum wird über 450 Krankenhausbetten und 90 Intensivpflegeplätze verfügen.

In der ersten Bauphase, die aktuell läuft und bis Ende 2023 abgeschlossen sein soll, werden zwei zehnstöckige Gebäude, Gebäude A und B, gleichzeitig errichtet. Für Gebäude B kam das Kletterschalungssystem MF240 von Doka zum Einsatz. Das System ermöglichte es, mehrere Liftschächte und ein Treppenhaus früher als geplant fertigzustellen, und sorgte durch rundum abgeschlossene Arbeitsbühnen für sicheres Arbeiten.

OYS 2030, neuer Gebäudeteil B für Universitätsklinikum Oulu

Projekt

Oulu, Finnland

Standort

Krankenhaus

Bauwerksart

SDGs



1



2



1, 2 Das Gebäude B des Krankenhauses entsteht mit der Kletterschalung MF240 und der Rahmenschalung Framax Xlife plus.

Forschen in Hightech- Atmosphäre

Die Foxconn Technology Group setzt die Erweiterung am künftigen Wisconsin Valley Science and Technology Park im Südwesten von Wisconsin fort. Der gesamte Komplex wird letztendlich ein Produktions- und Forschungscampus auf fast 3.000 Hektar sein. Künftig sollen sich Unternehmen dort ansiedeln, die neue Technologien in den Bereichen Produktion, Gesundheit & Pflege, Sicherheit und Landwirtschaft entwickeln. Foxconn hat ein Mehrzweckgebäude fertiggestellt und arbeitet an dem High-Performance Computing Data Center. Es wird eine neunstöckige, kugelförmige Konstruktion, die unter anderem einen Hörsaalbereich mit 240 Plätzen bietet.

Für die anspruchsvolle Geometrie der gebogenen Wände wurde eine vormontierte Doka-Trägerschalung Top 50 verwendet. Die speziell angefertigten Formhölzer zwischen Doka-Träger und Schalhaut sorgten für den gewünschten Radius. Zusätzlich kamen das Kletterschalungssystem MF240 und die kranunabhängige, leichte Stahlrahmenschalung Frami Xlife zum Einsatz.

Foxconn Data Center

Projekt

Mount Pleasant, Wisconsin, USA

Standort

Produktions- und Forschungs- campus

Bauwerksart

SDG



1



1 Die Rahmenschalung Frami Xlife in Kombination mit der Kletterschalung MF240 an der Außenseite des Gebäudedekerns.

2 Die 2,40 m breiten Plattformen der Kletterschalung MF240 bieten viel Platz für sicheres Arbeiten innerhalb einer vollständig geschlossenen Plattform.

2



Rundumservice für Brückenneubau

Neubau Talbrücken Pfädchensgraben und Tiefenbachtal

Projekt

Hunsrück, Rheinland-Pfalz, Deutschland

Standort

Brücken

Bauwerksart

Deutschlands Brücken sind in die Jahre gekommen. 3,8 Mio. Quadratmeter an Brückenflächen müssen laut Bundesverkehrsministerium bundesweit dringend saniert oder neu gebaut werden. Darunter fallen auch einige Autobahnbrücken in Rheinland-Pfalz, wie etwa die zwei hintereinander folgenden Talbrücken Pfädchensgraben und Tiefenbachtal. Vor über 50 Jahren gebaut, ist der heutige Verkehr mit ca. 57.000 Fahrzeugen pro Tag eine hohe Belastung für die zwei Talbrücken in Hunsrück und hinterlässt deutliche Spuren. Deshalb werden sie seit Dezember 2017 erneuert und auf sechs Spuren erweitert.

Von der Erstellung der detaillierten Pläne über den Fertigservice und die Schalungsvormontage bis hin zur externen Abstimmung mit Traggerüsterstellern wird von Doka rund um die Schalung alles aus einer Hand geliefert. Für die konisch verlaufende Geometrie der Pfeiler wurden zudem Sonderschalungselemente und passgenaue Formholzkästen, auf Grundlage von 3D-Planung, im Doka-Fertigservice hergestellt.

1



2



1 Die Talbrücke Pfädchensgraben ist 531 m lang, ihre Pfeiler bis zu 42 m hoch.

2 Speziell geschultes Doka-Personal montierte die Selbstklettereinheit einer Pfeilerschalung an einem der vier Pfeiler der Tiefenbachtalbrücke.

Brücke klappt aus wie ein Regenschirm

Die S7 Fürstenfelder Schnellstraße wird im Südosten Österreichs gebaut, um das hohe Verkehrsaufkommen von und nach Ungarn, das derzeit oft zu Staus und Verkehrsbehinderungen führt, besser aufnehmen zu können. Nach Fertigstellung der S7 wird die Verkehrssicherheit in der Region durch die Entlastung der Ortsdurchfahrten erhöht.

Für die Überbrückung von zwei Flüssen inmitten eines Naturschutzgebietes kam das neuartige Klappbrückenverfahren zum Einsatz. Die Errichtung der Brücken mit dem Klappbrückenverfahren bietet gegenüber der konventionellen Bauweise gravierende zeitliche und finanzielle Vorteile. So wird zum Beispiel kein Gerüst benötigt, um im Anschluss diverse Brückenteile montieren zu können. Beim Klappbrückenverfahren werden an beiden Seiten eines Betonpfeilers senkrecht Träger aus dünnwandigen Fertigteilen montiert. Diese beiden Träger mit einer Länge von jeweils 36 Metern sind oben mit einem Gelenk verbunden. Mittels Hydraulik wird das Gelenk langsam abgesenkt. Dabei klappen sich die Träger auf beiden Seiten aus. Rund dreieinhalb Stunden dauert pro Pfeiler ein Ausklappvorgang, bis die beiden Flügel in ihrer endgültigen Lage angekommen sind. Nachdem die Klappbrücke abgesenkt wurde, wird die Fahrbahnplatte betoniert.

Doka lieferte zur Umsetzung des Projekts einen Verbundschalwagen mit speziellen Features für enorme Flexibilität und Wirtschaftlichkeit.

S7 Fürstenfelder Schnellstraße

Projekt

Rudersdorf, Österreich

Standort

Klappbrücken

Bauwerksart

SDGs



1



2



1 Beim Klappbrückenverfahren ist kein Lehrgerüst erforderlich, wodurch Zeit und Geld gespart wird.
2 Der Verbundschalwagen von Doka zeichnet sich durch hohe Flexibilität aus.

Mit Schublade-System mühelos an Höhe gewinnen

Im grünen Herzen der Stadt Wien, direkt an der Donau gelegen, entsteht mit dem 140 Meter hohen Marina Tower eine moderne Wohnwelt. Das Hochhaus besticht durch eine nachhaltige Bauweise, die es zu einem Referenzprojekt für den zukünftigen Städtebau macht. So ist zum Beispiel der Einsatz von Geothermie angedacht, die zum Heizen, Kühlen, aber auch zum Erzeugen von elektrischem Strom vorgesehen ist. Die Architektur des Wohnturms mit seinen unregelmäßig angeordneten Loggien, Balkonen und Terrassen in unterschiedlichen Abmessungen schafft eine lebendige und ansprechende Gebäudeoptik, stellte jedoch die Bauausführenden vor eine besondere Herausforderung.

Durch den Einsatz der Selbstkletterschalung Xclimb 60 mit einer speziellen Schublade-Funktion, die sich einfach an die wechselnden und springenden Grundrisse anpasst, sorgte Doka für einen zügigen und sicheren Baufortschritt. Die bis zu 6 Meter breiten Einheiten können damit nicht nur vertikal, sondern auch horizontal um bis zu 1,6 Meter versetzt werden. Zudem können dank der Rundum-Einhausung alle Tätigkeiten bei großen Höhen und geschützt vor Witterungseinflüssen in einem sicheren Arbeitsumfeld durchgeführt werden.

Marina Tower

Projekt

Wien, Österreich

Standort

Hochhaus

Bauwerksart

SDGs



1



2



1 Für einen zügigen und sicheren Baufortschritt wurde die Selbstkletterschalung Xclimb 60 mit einem speziellen Schublade-Feature ausgestattet.

2 Der 140 m hohe Marina Tower mit seiner außergewöhnlichen Gebäudeoptik wird mehr als 500 Wohneinheiten beherbergen.

Moderne Anlage für reines Wasser

Die Abwasseraufbereitungsanlage in Star City, Virginia wurde im Jahr 1965 gebaut. Einige der Komponenten arbeiten schon weit über ihre Lebensdauer hinaus. Damit die stark wachsende Gemeinde eine gut funktionierende Anlage hat, die künftig auch alle Umweltvorschriften erfüllt, findet eine großangelegte Sanierung und Modernisierung statt.

Der fast 30 Meter hohe Klärbeckenbau für die Abwasseraufbereitungsanlage wurde mit Schalungslösungen von Doka realisiert. Die Konstruktion umfasste nicht nur die Außenhülle des Beckens, sondern auch die Betonböden, Trennwände und das Dach. Eine zusätzliche Herausforderung stellten die unterschiedlichen Radien und Steigungen für die Wände des Faulbehälters dar. In diesem Fall wurde die Trägerschalung Top 50 in Kombination mit dem Kletterschalungssystem MF240 verwendet. Als Komplettanbieter lieferte Doka zusätzlich zu den passenden Schalungslösungen auch die Schalungsplanung und sorgte für die fachgerechte Montage der Systeme durch Richtmeister vor Ort.

Star City Wastewater Treatment Plant

Projekt

Star City, Virginia, USA

Standort

Klärbecken für Abwasserauf- bereitungsanlage

Bauwerksart

SDGs



1



2



1 Die Trägerschalungen Top 50 wurden in einer Sonderhöhe gefertigt, sodass das gesamte Klärbecken in fünf Hubbewegungen betoniert werden konnte.

2 Innenraum des Klärbeckens mit DokaScaff-Treppenturm und MF240-Plattformen.

Mit Hochgeschwindigkeit schneller ans Ziel

Das Bahnprojekt Czech Transit Rail Corridor IV in Tschechien zielt auf die Optimierung der Kapazität und Leistung der bestehenden Infrastruktur ab, sowohl für den Personen- als auch für den Güterverkehr. Zudem soll die Sicherheit und Zuverlässigkeit des Bahnnetzes verbessert und schrittweise die Interoperabilität der einzelnen Schienennetze sichergestellt werden. Die Modernisierung des gesamten Bahnkorridors wird im Jahr 2026 abgeschlossen sein. Die Reisezeit zwischen Prag und České Budějovice wird nach Fertigstellung des Projekts um circa 30 Minuten kürzer sein.

Als Teil des Projekts wird eine Brücke über das Flussgebiet bei Soběslav in Südböhmen gebaut. Das Bauwerk wird fast einen Kilometer des Gebietes überqueren, das wegen der einzigartigen Mikrofauna, die hier lebt, ökologisch geschützt ist. Deshalb legten alle Projektbeteiligten großen Wert auf den Schutz der Natur während des Bauprozesses.

Doka lieferte maßgeschneiderte und speziell angefertigte Schalungen für die verkleideten Pfeiler mit Wabenabdruck und monolithischen Säulen.

Czech Transit Rail Corridor IV, Streckenabschnitt Soběslav–Doubí

Projekt

Soběslav/ Südböhmen, Tschechien

Standort

Bahnbrücke

Bauwerksart

SDGs



1



2



1 Die Brücke bei Soběslav in Südböhmen ist ein wichtiger Bestandteil der Modernisierung des tschechischen Bahnstreckennetzes.

2 Für eine sichere Unterstellung der Stahlträger wurde das Traggerüst Staxo 100 eingesetzt.

Hybrides Messekonzept, smarte Innovationen & kreative Inspiration

umdasch The Store Makers präsentierte auf der EuroShop in Düsseldorf vom 16. bis 20. Februar 2020 neue Perspektiven für den Retail der Zukunft. In einem ganzheitlichen Rundgang durch eine Vielzahl an Branchen des Handels erlebten die Besucher multimediale Ideen, außergewöhnliche Materialien und zahlreiche gewinnbringende Möglichkeiten für den Point-of-Sale.



Kurz bevor die Corona-Pandemie Europa mit voller Wucht erreichte und sämtlichen persönlichen Veranstaltungen eine Absage erteilte, überzeugten die Store Makers mit einem hybriden Format: Der Messe-Auftritt war fünf Tage lang physisch in Düsseldorf für rund 94.000 Messebesucher geöffnet. 20.000 Gäste zählte der umdasch-Stand. Im unmittelbaren Nachgang besuchten ebenso mehrere Tausend Interessierte den Messestand als virtuelle 360°-Tour und tauchten mit einzelnen Videosequenzen noch tiefer in die Welt von umdasch ein.

Mit dem QR-Code können Sie die Highlights der über 900 Quadratmeter großen Store Makers-Bühne noch heute virtuell erleben. Die präsentierten Themen und Konzepte sind aktueller denn je. So etwa fand das Retail Cart bei den Besuchern große Beachtung. Auf dieses nachhaltige Elektromobil setzen mittlerweile mehrere Duty-free-Betreiber im Nahen Osten wie der Flughafen Bahrain, um die Reisenden direkt am Gate kurz vor dem Abflug mit einem letzten Point-of-Sale zu erreichen. Digitale Elemente und IoT*-Möbel zogen sich wie ein roter Faden durch das Konzept, Ladenbau-Innovationen und flexible Systeme wie der Turntable, der sich im Handumdrehen vom Tisch in ein Regal verwandeln lässt, waren ebenfalls ein Besuchermagnet über alle Branchen hinweg. Großen Andrang fanden auch der Liquid Dispenser, ein System zum Wiederbefüllen von Verpackungen (mehr

auf den Seiten 126 und 172) und das Green Shelf, das umdasch-Regal mit dem kleinsten CO₂-Fußabdruck, bestehend aus Naturmaterialien wie zum Beispiel gepresstem Heu. Damit trafen die Store Makers exakt den Zeitgeist: Die Gespräche bestätigten, dass zwei von drei Retailern Investitionen für nachhaltige Lösungen am Point-of-Sale planen.

All diese und noch viele weitere Innovationen, Trends und exklusive Materialien können Sie immer noch live erleben: Einfach einen der beiden QR-Codes scannen und virtuell in die Welt von umdasch auf der EuroShop 2020 eintauchen!

* Internet of Things



Hier geht's
zum Video



Virtuelle 360°-
Tour starten

SDGs



Für die besten Fans der Welt

Wenn sich die Schiebetür der FC Bayern World in bester Innenstadtlage Münchens öffnet und der Besucher den Store betritt, wird sofort klar, für wen dieser Ort geschaffen wurde: „FÜR DIE BESTEN FANS DER WELT“, hat ein Laser in die Bodenmatte gebrannt. Und diese verdienen – unabhängig von Geschlecht, Hautfarbe oder sozialem Status – wohl nichts anderes als ein Geschäft, das man definitiv zu den interessantesten Retail-Projekten 2020 in Europa zählen kann. So wurde der Flagship-Store erst kürzlich von der führenden Nonfood-Fachzeitschrift des deutschsprachigen Einzelhandels, der deutschen Textilwirtschaft, zum Store des Tages gekürt. Für die Auswahl der Materialien setzte man bewusst auf regionale Lieferanten: Beleuchtete Glaswände aus einer bayrischen Manufaktur lassen den gegossenen Bodenbelag aus Münchener Kieselsteinen erstrahlen.

Ein Store, den man besuchen sollte. Einen virtuellen Besuch ohne große Anreise bietet der Videolink hinter dem QR-Code.

FC Bayern World Projekt

München,
Deutschland
Standort

Concept, Design,
Planning,
Manufacture,
Installation
Service



Hier geht's zum Video

SDG



1 Im zentralen Treppenraum bilden warmes Eichenholz und roher Schwarzstahl einen kontrastreichen Spannungsbogen. Die überdimensionale LED Wall an der Unterseite der Treppe ist das emotionale Herzstück des Stores.



2 Im „Test Cage“ können die Fans sich in verschiedenen Gaming-Szenarien mit den Profis messen.

Sportliche Motivation in der Großstadt

Seit 40 Jahren heftet sich der Outdoor-Spezialist Globetrotter auf die Fahnen, seinen Kunden ein besonders hochwertiges Sortiment für unvergessliche Abenteuer in der Natur zu bieten. Motiviert auch von dessen Unternehmensziel, das nachhaltigste Outdoor-Unternehmen zu werden, begaben sich die Architekten von umdasch auf eine Reise in die Zukunft des stationären Handels.

Auf vier Etagen mit rund 4.000 Quadratmetern offenbart sich den Besuchern in Berlin-Steglitz seit Herbst 2020 ein einzigartiges Outdoor-Erlebniscenter: mit Reparatur-Werkstatt, einem Innovation Lab als Ausstellungs- und Arbeitsfläche samt Präsentation innovativer Marken, Teststationen, einer Reisepraxis für Beratungen, liebevoll inszenierter Corner-Shops und einem Café mit gesunden Köstlichkeiten im Einklang mit der Natur.

Die Store Makers von umdasch begleiteten das Projekt bereits in der Konzept- und Planungsphase, waren Partner für den Ladenbau und die Digital-Touchpoints und zeichneten als Generalunternehmer verantwortlich.

Globetrotter

Projekt

Berlin-Steglitz, Deutschland

Standort

Concept, Planning, Manufacture, Installation, Digital Signage, General Contracting

Service



Hier geht's zum Video

SDGs



Wie ein Abenteuer in freier Wildbahn gestaltet sich auch die Kundenreise durch den Globetrotter Store – etwa mit der Kletterwand, einer Spiel-Ecke oder der Clubhütte, die sich bei Globetrotter bereits als Treffpunkt der Outdoor-Community etabliert hat.

Neue Produkte – wertvolle Insights!

Im go2market in Wien können registrierte Mitglieder auf 400 Quadratmetern Produkt-Innovationen einkaufen, die am regulären Markt (noch) nicht erhältlich sind. Im Gegenzug erhalten Unternehmen und Start-ups aus der FMCG*-Branche wertvolle Insights zum Konsumverhalten und somit die Möglichkeit, die Produktion und Vermarktung auf den tatsächlichen Bedarf abzustimmen. Das monatlich wechselnde Angebot richtet sich aktuell an maximal 1.500 registrierte Mitglieder, die der durchschnittlichen Soziodemografie Österreichs entsprechen.

go2market setzt vor Ort auf die technisch neuesten Features von umdasch Digital Retail, wie Soundduschen, digitale Preisauszeichnung zur Messung der Preissensibilität in jeder Phase der Produktentwicklung oder Scan & Go von der Umdasch Group Ventures-Beteiligung shopreme. Nach der erfolgreichen Testphase in Wien ging der Real-Life Marktforschungssupermarkt im Mai 2021 auch erstmals in Deutschland, in der Rhein-stadt Köln, an den Start.

* Fast Moving Consumer Goods

go2market
Projekt

Wien, Österreich
Standort

Manufacture,
Installation,
Digital Signage,
Smart Tracking,
Electronic Shelf
Labeling, Interactive
Applications,
Software
Development
Service



Hier geht's zum Projekt

SDGs



go2market-Kunden profitieren von den neuesten technischen Features von umdasch Digital Retail und von shopreme, einer Beteiligung von Umdasch Group Ventures.

Kompakt, vielfältig und
ziemlich innovativ!

Mit dem innovativen, automatisierten Shop-Konzept „Unibox“ bietet der österreichische Lebensmittel Einzelhändler Unimarkt auch in kleinen Gemeinden und entlegenen Regionen ohne Nahversorger bis zu 1.000 Artikel des täglichen Bedarfs. Zugang erhalten die Kunden via App – bis zu 24 Stunden am Tag. Die Store Makers von umdasch haben die ersten Pilot-Stores mit dem Ladenbau, wie Regalen, Holzarbeiten und der Verkleidung, ausgestattet. Die vollautomatisierte Filiale kann sowohl in Innenräumen, zum Beispiel auf Bahnhöfen wie in Enns in Oberösterreich, wie auch auf Freiflächen in Form von Containern umgesetzt werden. Die verwendeten Module sind für die Outdoor-Variante 36 Quadratmeter groß, indoor sind bis zu 80 Quadratmeter möglich. Bis Ende des Jahres 2021 plant der österreichische Lebensmittelhändler 30 Uniboxen.

Unibox by Unimarkt

Projekt

Enns, Krenglbach,
Traun; Österreich

Standort

Manufacture,
Shop Equipment,
Installation

Service



Hier geht's zum Projekt

SDGs





umdasch bei Harrods

Im Rahmen einer umfassenden zehnjährigen Renovierung hat das Londoner Kaufhaus Harrods wichtige Elemente seines berühmten Geschäfts weiter aufgefrischt: Die Umgebung wurde modernisiert und zeitgemäße Räume wurden geschaffen, ohne dabei den zeitlosen Zauber zu vernachlässigen. umdasch begleitet Harrods auch weiterhin bei der Gestaltung und Neuinterpretation charakteristischer Bereiche.



Die langjährige Beziehung zwischen umdasch und Harrods ist sinnbildlich für das kulturelle Erbe, das die beiden Unternehmen im Einzelhandel verbindet. Harrods ist wohl das berühmteste und geschichtsträchtigste Kaufhaus der Welt, umdasch besteht seit über 150 Jahren und hat sich stets sowohl auf traditionelle Werte als auch auf Innovation konzentriert. Es ist diese Kombination, die bei der Modernisierung und Restaurierung von Schlüsselementen des Harrods Flagship-Stores in Knightsbridge, London, zum Tragen gekommen ist. Den Anfang machte die erfolgreiche Renovierung von Harrods Roastery & Bakehall im Jahr 2017 sowie von Harrods Wine &

Spirits and Cigars im Jahr 2018. In der Folge wurde umdasch für weitere Projekte im Rahmen einer zehnjährigen Großrenovierung beauftragt. 2019 erbrachte umdasch eine Vielzahl von verschiedenen Dienstleistungen innerhalb des Harrods Stores in Abteilungen wie Dining Hall, Men's International Designer Room 1, Beds und Harrods Signature sowie im Bereich Gift Wrap. 2020 wurden die Abteilungen Men's Shoes und Seasonal & Books fertiggestellt. Ein weiterer Meilenstein: die Realisierung des H beauty Lakeside Shopping Centre, einer erstmaligen Beauty-Hall außerhalb des Flagship-Stores in Knightsbridge.

Was bisher geschah

2017	2018	2019	2020
ROASTERY & BAKEHALL Verkaufsfläche: 600 m ²	WINE & SPIRITS AND CIGARS Verkaufsfläche: 507 m ²	DINING HALL Verkaufsfläche: 500 m ²	BEDS Verkaufsfläche: 500 m ²
		MEN'S INTERNATIONAL DESIGNER ROOM 1 Verkaufsfläche: 100 m ²	SIGNATURE 1 GIFTS Verkaufsfläche: 1.125 m ²
			GIFT WRAP Verkaufsfläche: 36 m ²
			MEN'S SHOES Verkaufsfläche: 900 m ²
			SIGNATURES 2: SEASONAL & BOOKS Verkaufsfläche: 750 m ²
			H BEAUTY Verkaufsfläche: 800 m ²
			Standort: intu Lakeside Shopping Centre, Essex, UK

„The Taste Revolution“

Die 500 Quadratmeter große Dining Hall – ein bei den Global RLI Awards 2020 mit dem Prädikat „Highly Commended“ ausgezeichnetes Projekt – wurde im Rahmen der „The Taste Revolution“ ebenfalls mit luxuriösem Material und exquisitem Design umgestaltet. In sechs neuen Restaurants werden saisonale Speisen serviert. Eine Vielfalt von Glas, Marmor, Spiegeln, Holz und massivem, antikem Messing verzaubert die Besucher in der luxuriösen Atmosphäre. Darüber hinaus hat das neue Layout die bisherige Sitzplatzkapazität mehr als verdoppelt, während es sich immer noch geräumig und komfortabel anfühlt. Die erneute Zusammenarbeit mit David Collins Studio stellte zahlreiche einzigartige Anforderungen an das Projekt. Die von umdasch gelieferte Einrichtung erzeugte einen Kontrast zwischen antik und modern und schuf so eine luxuriöse Atmosphäre. „Wir mussten hier etwas kreieren, das sowohl zeitgemäß ist als auch den Zahn der Zeit überdauern wird“, erklärt Roman Fußthaler, Managing Director umdasch Premium Retail.

Menswear im Fokus

Das David Collins Studio entwarf den Men's International Designer Room 1 als Teil einer kompletten Überarbeitung der Menswear-Abteilung. Der luxuriöse Raum kombiniert modernen Edelstahl mit schwarzem Marmor in Nero Marquina. Das Designkonzept musste auch die historischen Aspekte des Gebäudes respektieren und hat einen starken Art-déco-Charakter, der jedoch in einer modernen Umgebung realisiert wurde. umdasch arbeitete an der Umsetzung des Konzepts, erstellte die technischen Zeichnungen, produzierte die Möbel und kümmerte sich um die Lieferung und Montage. „Das Design konzentriert sich auf das traditionelle Gefühl des Harrods-Looks und macht das Beste aus der historischen Architektur, während moderne Akzente mit monochromen und geometrischen Mustern eingeflochten wurden“, reflektiert Simon Wait, Sales Director umdasch Premium Retail UK. „Wir arbeiten schon so lange mit Harrods und einigen der dort ansässigen Luxusmarken zusammen. Die Gemeinsamkeit ist ein absolut kompromissloser Ansatz in Sachen Qualität. Alles musste stimmen. Das war eine Herausforderung, aber auch sehr spannend und lohnend.“

Edles Schuhwerk für feine Herren

Der vor Jahren eingeschlagene Weg des „Trading-up“ markiert in der neugestalteten Abteilung für Herrenschuhe einen weiteren Meilenstein. Unweit der Männermode entstand ein modernes Lifestyle-Mekka für den anspruchsvollen Mann und seine Liebe zum edlen Schuhwerk. Entsprechend hochwertig ist die Rahmenhandlung, die hier erzählt wird: mit Materialien wie Holz aus nachhaltigen Quellen, Marmor, Leder, hochglanzpoliertem Edelstahl und Rauchglas. Die Store Makers realisieren sehr viele Stores, die sich auf die weibliche Klientel fokussieren. Eine derart große, hochwertige Abteilung für Männerschuhe zu schaffen, war eine ganz besonders interessante Herausforderung.

Harrods Men's Shoes

Projekt

London,
United Kingdom

Standort

Design Engineering,
Value Engineering,
Furniture, Project
Management,
Installation

Service



Hier geht's zum Projekt

SDG



Die Abteilung erstreckt sich über drei miteinander verbundene Räume und besticht durch eine geradezu perfekte Warenpräsentation. Die Regale sind mit leistungsstarken, individuell steuerbaren LEDs ausgestattet – so kommt jedem Schuh die ihm gebührende Aufmerksamkeit zu.

Handel hat nicht nur fair, sondern auch grün zu sein

Nachhaltig halt. Die Green Design-Ideen von umdasch unterstützen Retailer bei einem ressourcenschonenden Umgang mit der Natur. Eines der Produkte ist das IoT-Möbel Liquid Dispenser und sein analoges Pendant, der Solid Dispenser. Mittlerweile in sieben Ländern Europas im Einsatz.



SDG



Refilling: Von der Schweiz ...

In den Migros-Filialen Marktgasse Bern und Luzern-Schönbühl können Kunden mit dem von umdasch entwickelten System Liquid Dispenser Reinigungs- und Spülmittel selbst abfüllen. Das Angebot reicht von Handpülseife bis zu Wasch- und Spülmitteln. Nach den Erfahrungen des Schweizer Marktführers mit dem Refilling-System soll das Angebot auf weitere Filialen ausgedehnt werden.



© Mibelle by Migros

Projekt Migros
Standort Bern, Luzern-Schönbühl; Schweiz

... bis nach Großbritannien ...

Auch Sainsbury's in Großbritannien erprobt mit dem umdasch Liquid Dispenser den neuen Nachfüllservice. Die nachhaltigen Ecover Reinigungsprodukte können erstmals im Store in Harringay im Norden Londons wiederbefüllt werden. Das ehrgeizige Ziel der britischen Supermarktkette: zwölf Tonnen Plastikmüll pro Jahr einsparen.



© Sainsbury's

Projekt Sainsbury's
Standort Harringay, London, United Kingdom

... und natürlich Österreich!

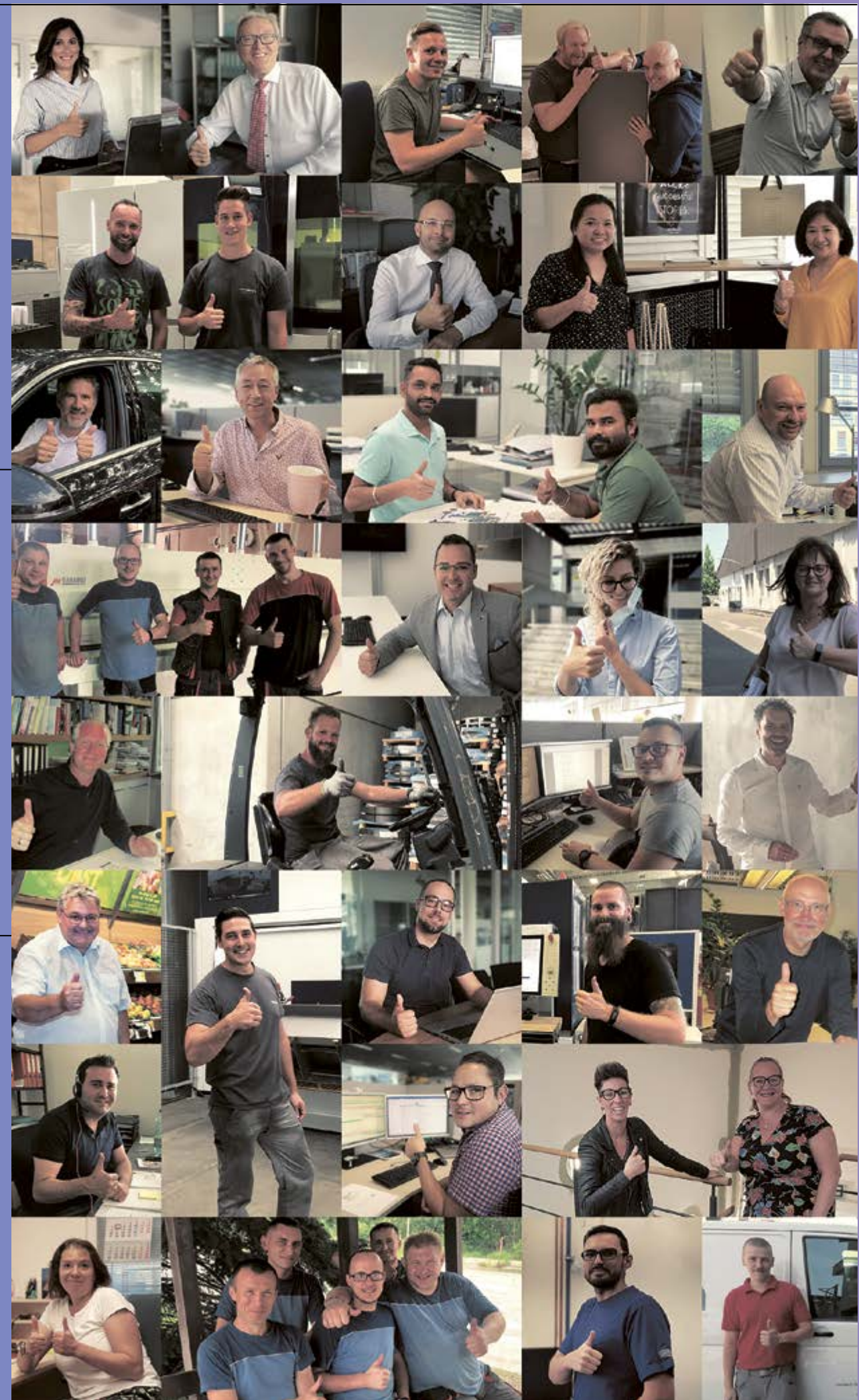
Der SPAR Markt bei Kastner&Öhler in Graz überzeugt mit den qualitativen Ladenbaulösungen der Store Makers sowie einem modernen Ambiente und macht den Supermarkt auf 1.200 Quadratmetern zum wahren Genusserebnis. Ein nachhaltiges Highlight: Mehrere Solid Dispenser von umdasch ermöglichen den verpackungsfreien Einkauf von Nüssen und Trockenfrüchten – denn Refilling muss nicht beim Nonfood-Sortiment enden.



Projekt Spar
Standort Graz, Österreich

Unsere Menschen

Was globale Unternehmen ausmacht, ist die Vielfalt. In der Natur gleichen Monokulturen Sackgassen. In Organisationen ist das ganz ähnlich. Diversität bedeutet unterschiedliche Kulturen, Fähigkeiten und Talente. Sie ist der Nährboden für das Sprießen neuer Ideen. Unsere Mission ist es, Räume zu schaffen, die Menschen fördern und ihren Ideen eine Bühne geben.



Der Nachhaltigkeit gewidmet - Umdasch Group Sustainability Prize



SDGs



Die Idee: Ein Preis, der Projekte im Sinne unserer Nachhaltigkeitsstrategie auszeichnet und fördert. Das Besondere: Die eingereichten Projekte stammen allesamt aus unserem Haus. Es sind die Ideen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die 2020 zum ersten Mal und zukünftig jährlich intern gesucht und prämiert werden.

Auf die Ausschreibung im Herbst vergangenen Jahres folgte eine hohe Beteiligung: 139 Ideen aus 18 verschiedenen Ländern waren das erfreuliche Ergebnis. In zwei Schritten – einer Vorjury und einer finalen Jury mit externer Beteiligung – schafften es diese vier Finalist*innen in die Endrunde:

- Doka Re – eine Baustellen-App der Kollegen aus Mexiko, um die Langlebigkeit von Produkten zu verbessern und Verschleiß zu verringern.

- One box of Formwork – die Idee eines kompletten Schalungssatzes, inklusive Zubehör, für die Erstellung eines definierten Gebäudes in Stampflehm zum Einsatz in Schwellen- und Entwicklungsländern.

- Ein Auslastungskonzept der Kolleg*innen von Form-on, um den Beladegrad von LKWs zu optimieren.

Und ... das Gewinnerteam:

- CONCRESMART – die ambitionierte Idee der jungen Kollegen Pavel Kasal, Johannes Kirchhofer und Georg Stolz überzeugte schließlich die Jury.

Sie zielt darauf ab, den CO₂-Ausstoß, der durch Zementproduktion und -einsatz entsteht, zu verringern, indem es über die Beeinflussung des Aushärtungsprozesses zu weniger Verbrauch kommt.

Das Siegerteam hat mit der Umsetzung seiner Idee bereits begonnen. Wir gratulieren, drücken für das Projekt die Daumen und werden selbstverständlich an der Stelle im nächsten Jahr vom Fortschritt berichten.



Internationaler Frauentag – ein Hoch auf unsere Mitarbeiterinnen!

SDGs



Vor über 100 Jahren wurde der Internationale Frauentag ins Leben gerufen. Seit 1921 wird er jährlich am 8. März gefeiert. An diesem Tag wird weltweit auf Gleichberechtigung und Frauenrechte aufmerksam gemacht. 2021 stand der Frauentag unter dem Motto der Vereinten Nationen „Women in leadership: Achieving an equal future in a Covid-19 world“. Parallel dazu setzten

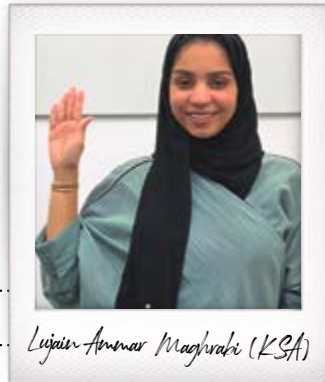
Frauen in den sozialen Medien – unter den Hashtags #IWD2021 oder #ChooseToChallenge – ein Zeichen und hoben ihre Hand, um die Errungenschaften von Frauen zu feiern und geschlechtsspezifische Ungleichheiten aufzuzeigen.

Auch Mitarbeiterinnen aus der gesamten Doka Welt vereinten sich virtuell, um ihre Erfolge zu feiern und ihre ganz persönlichen Ratschläge zu teilen.

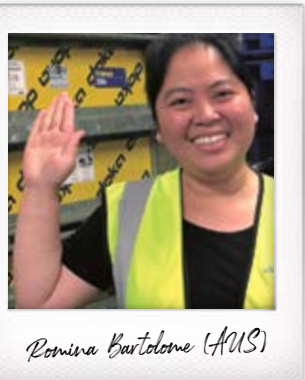


„Stehe für dich selbst ein. Glaube an dich selbst. Ohne Stärke in sich selbst werden es Frauen schwer haben, in der Arbeitswelt gehört zu werden.“

„Hinter jeder erfolgreichen Frau steht sie selbst.“



Lujain Ammar Maghrabi (KSA)

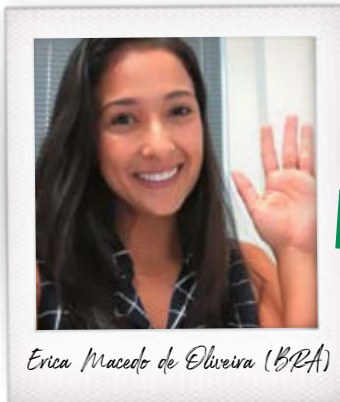


„Habe eine positive Einstellung und bitte um Hilfe, wenn du sie brauchst.“

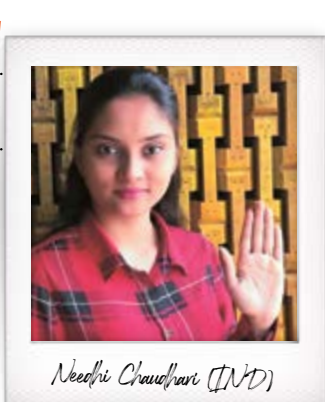
„Herausforderungen bringen einen immer auf die nächste Stufe und man sammelt eine Menge Erfahrungen – sehe sie daher als etwas Positives!“



Claudia Glauer-Frei (CH)



„Gib niemals deine Träume auf und lasse dir von niemandem sagen, du schaffst es nicht. Jede Gelegenheit, die du in deinem Leben erfahren wirst, ist eine Chance zum Lernen.“



Neelhi Chaudhari (IND)

„Eine Frau kann einen Unterschied machen, aber gemeinsam können wir die Welt rocken!“



Young and highly professional

Der Young Professionals Day ist eine internationale Initiative für Nachwuchskräfte aus den Bereichen Supply Chain Management und Logistik. Beides sind Bereiche, die in der Wertschöpfungskette der Doka eine ganz entscheidende Rolle spielen. Gut zu wissen, dass hier Nachwuchstalente am Start stehen, die im Wettbewerb die Allerbesten sind.

Worum geht es beim Young Professionals Day?

Ziel ist es, junge Talente in dem Segment SCM und Logistik zu fördern. Die Doka bewegt im Jahr Schalungsmaterial in Milliardenhöhe. SCM und Logistik arbeiten hochprofessionell daran, dass die Lieferungen in der richtigen Qualität, Menge und Zeit auf den Baustellen unserer Kunden landen.

Genau um diese Professionalität geht es beim Young Professionals Day. Junge Supply-Chain-Talente traten dort in einem Simulationsspiel gegeneinander an. Der fiktive Case: Eine Fruchtsaftfirma ist in wirtschaftliche Turbulenzen geraten. Die Lieferkette weist jede Menge Schwachstellen auf. Das Team bildet Einkauf, Produktion, Vertrieb und Supply Chain ab und soll das Unternehmen gemeinsam aus der Krise führen. Das Ziel: ein positiver ROI.

Das Doka-Gespann trat gegen namhafte Gegner wie Infineon oder Tom Tailor an und konnte am Ende die Challenge mit einem ROI von 7,44 % für sich entscheiden. Wir freuen uns mit dem Intercompany-Team und gratulieren recht herzlich!

SDG



KPI 8

Weiterbildungsintensität 1,2

Trainings- bzw. Schulungseinheiten
Anzahl Mitarbeiter*innen

**Dein Beitrag
für uns alle!**

Betriebsarzt Dr. Wosyka zum Umgang mit Masken am Arbeitsplatz und im Supermarkt

Hinweis von Betriebsarzt Dr. Wosyka ...
... zum Umgang mit Masken am Arbeitsplatz und im Supermarkt

Doka, Umdasch Group Ventures, umdasch The Store Makers 01.04.2020

Coronavirus - Häufig gestellte Fragen

Die AGES (Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit) hat häufig ...

Doka, Umdasch Group Ventures, umdasch The Store Makers 30.03.2020

Und wie läuft's bei Ihnen im Home-Office?

Sie haben in Ihrer Wohnung oder Ihrem Haus ein eigenes Büro?

Doka, Umdasch Group Ventures, umdasch The Store Makers 20.04.2020

Unsere Corona-Hotline
Wir sind weiterhin für Sie da!

Nutzen Sie die Corona-Hotline

Nutzen Sie die Corona-Hotline

Doka, Umdasch Group Ventures, umdasch The Store Makers 30.10.2020

Gesundheit und Wohlergehen der Menschen

Vom ersten Moment an lautete die Devise „People first!“. Anfang März 2020 war klar: Unsere erste Anstrengung muss der Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit gelten. Der Aktionsstab Corona hat bis heute genau das zum Inhalt. Er tagte am 13. März zum ersten Mal – anfangs täglich, später wöchentlich, bis heute zweiwöchentlich, dazwischen ist er anlassbezogen und ad hoc innerhalb weniger Minuten einsatzbereit. Seine Mitglieder: der Vorstand, die CEOs der Tochterunternehmen, Betriebsarzt, Betriebsräte, Sicherheitsbeauftragte, HR, Kommunikation sowie Vertreter der Produktion, des Bereichs, dem es nicht möglich ist, seine Tätigkeit auf Home-Office umzustellen.

Im Aktionsstab werden bis heute an- und bevorstehende Herausforderungen besprochen und im Konsens beschlossen. Es wurden und werden dort Lösungen und Maßnahmen entwickelt, die uns helfen, die Krise im Sinne der Gesundheit und des Wohlergehens der Menschen, die mit und für uns arbeiten, bestmöglich zu meistern.

Dazu zählen unter anderem:

- Task-Force „Corona“, um den jeweils sichersten Arbeitsplatz zu erarbeiten
- Home-Office – Tausende Remote-Zugänge in wenigen Tagen
- Einrichten einer Corona-Hotline im Unternehmen
- Tägliches Monitoring und Reporting des internationalen Infektionsgeschehens im Unternehmen
- Maskenpflicht – Ausgabe von Gratis-Masken
- Verhaltensregeln – Abstand, Meetings, Veranstaltungen, Trainings, Dienstreisen, externe Besucher
- Kriseninterventionskonzept
- Teststraße seit November 2020 – anfangs für Schlüsselkräfte, später für alle Mitarbeiter*innen
- Errichtung einer Impfstraße am Firmengelände Amstetten

KPI 9

Gesundheitsquote **96,5%**

Anwesenheitstage
Gesamtarbeitstage

Corona-Management – was wir aus der Krise lernen können

Eine Krise zeigt, was ein Unternehmen grundlegend imstande ist zu leisten. Es heißt nicht umsonst „Die Krise bringt das Schlechteste zum Vorschein – aber auch das Beste“. Rückblickend dürfen wir von uns behaupten: Wir haben viel gelernt und gute Arbeit geleistet – in jeder Hinsicht, auf allen Ebenen, in allen Bereichen und an allen Orten der Welt.

SDGs





Leadership in Corona-Zeiten – mutig Entscheidungen treffen

Weit vor der Krise hat sich schon abgezeichnet, dass sich die Dynamik im wirtschaftlichen Alltag stark beschleunigt. Die Welt war in Veränderung, das ökonomische Umfeld volatil und sensibel, Planung immer schwieriger. Insofern hatten die Themen Leadership und Organisationsentwicklung schon in den letzten Jahren einen hohen Stellenwert im Unternehmen eingenommen. Eine Investition, die sich nun bemerkbar und bezahlt machte.

Unsere Führungskräfte waren im letzten Jahr stark gefordert. Neben ihren Managementaufgaben, zu denen in der ersten Phase die Sicherung der Liquidität und diverse Kostenmaßnahmen zählten, mussten sie ihrer Rolle als Führungskraft und Teamleader gerecht werden. Unter schwierigsten Bedingungen, über weite Distanzen und ohne Möglichkeit des persönlichen Treffens musste kalmiert und motiviert, parallel aber auch Leistung eingefordert werden. Ein Spagat, der von den Führungskräften gut bewältigt wurde. Gerade in Ländern und Regionen, in denen weit ab vom Headquarter zusätzlich erst erklärt werden musste, warum zentrale Entscheidungen gefallen sind und Maßnahmen gesetzt werden, haben sie großartig gearbeitet.

Auch von unseren Fachexperten war höchste Flexibilität gefordert. Etwa hinsichtlich der von den jeweiligen Regierungen erlassenen Regelungen und Vorschriften. Neue Verordnungen wurden meist bis zu deren unmittelbarem Inkrafttreten diskutiert und verhandelt. Sie erreichten unser Unternehmen teilweise erst Stunden bevor sie in Kraft traten. Hier war Flexibilität gefragt. Und auch Mut, Entscheidungen der Instanzen und Behörden auch mal vorwegzunehmen.

So etwa waren wir in Österreich bereits Monate in Kurzarbeit, bis alle Details zur Regelung, dem Modus und der Abrechnung bekannt wurden. Die Lösung: Die Arbeitszeitexperten im Unternehmen setzten vorab eine provisorische Abrechnung auf. Nach Feststehen der entsprechenden Regelungen wurden diese pro Mitarbeiter*in aufgerollt und entsprechend korrigiert.

Das Ausmaß in Stunden: mehr als 3.000. Darin enthalten ist der Aufwand, die komplexesten Prozesse für alle verständlich zu machen. Womit wir bei einer der wesentlichsten Aufgaben während Corona angekommen sind.



Kommunikation – das Maß der Dinge

Nicht nur die zentrale Kommunikation, auch die in den Regionen und Ländern waren gefragt und gefordert. In Krisenzeiten ist regelmäßige und transparente Kommunikation unumgänglich. Einerseits galt es, zeitnah und verständlich über die sich laufend anpassenden Corona-Maßnahmen zu informieren. Dafür wurden die bestehenden Kanäle genutzt, aber auch neue entwickelt – etwa eine interne Facebook-Community für die Zielgruppe, die schwerer Zugang zum Intranet hatte. Über die internationale Corona-Hotline im Unternehmen wurden die häufigsten Fragen rund um Covid-19 erfasst, beantwortet und in Form eines umfangreichen FAQ-Bereichs auf einer eigenen Corona-Teamsite allen Mitarbeiter*innen zugänglich gemacht.

Parallel wurde top-down in regelmäßigen CEO-Talks an die Führungskräfte sowie in Videos an die Belegschaft weltweit über die Lage im Allgemeinen und die des Unternehmens im Speziellen berichtet. Welchen Unterschied professionelle Kommunikation in Krisenzeiten macht, haben wir im letzten Jahr erfahren. Niemals davor wurde mehr Content generiert und publiziert, nie zuvor kam so viel positives Feedback dazu. Die Intention kam also in der Belegschaft an. Nicht zuletzt deshalb wurde beschlossen, in die interne Kommunikation stark zu investieren und zukünftig auf neue Technologien zu setzen, um einen reibungslosen Informationsaustausch noch besser gewährleisten zu können (siehe Bericht Seite 152).



Digitalisierung und neues Arbeiten

Wenn die Krise etwas ganz Wesentliches gezeigt hat, dann die Notwendigkeit, neue Technologien in unsere Prozesse und Arbeitsweisen zu integrieren – nicht optional, sondern obligatorisch. In vielen Bereichen wäre die Leistungserbringung ohne Digitalisierung nicht oder nicht im erforderlichen Maß möglich gewesen. Etwa beim Thema Home-Office. Das Arbeiten von zuhause war bereits vor Corona möglich und wurde von den Mitarbeiter*innen gerne angenommen. Nun war Home-Office aber mehr als die Möglichkeit, an gewissen Tagen seine Arbeit außerhalb des Büros zu erledigen. Home-Office wurde zu einer wichtigen Maßnahme im Kampf gegen eine Corona-Infektion und kam damit großflächig zur Anwendung. Wir haben gelernt, uns schnell zu organisieren und uns rasch mit neuen Präsentations- und Kollaborationstools vertraut zu machen. Meetings, von denen wir bisher dachten, die unbedingte physische Anwesenheit wäre für ein positives Gelingen Grundvoraussetzung, laufen heute ohne Einschränkung online ab. Reisen, von denen wir überzeugt waren, sie würden unverzichtbar sein – die Notwendigkeit hat uns gelehrt, dass Zoom, Microsoft Teams, Skype & Co hier längst mehr als bloße Alternativen sind.



Aber nicht nur wir selbst, auch unsere Kunden haben gerade während Corona erlebt, wie sie von unseren digitalen Produkten und Services profitieren können. Davon zeugen unter anderem die Berichte in den Kapiteln „Unsere Visionen“ und „Unsere Produkte“ – etwa über den Doka Online-shop, die Möglichkeiten additiver Fertigung bei Umdasch Group Ventures oder Produkte wie das Smart Gate bei unseren Store Makers (Seiten 64, 72 und 74).

Corona wirkt hier wie ein Brandbeschleuniger. Die Auswirkungen des Virus haben eine Entwicklung verstärkt, die unsere Welt zum Besseren verändern wird – im ökonomischen, im ökologischen, aber auch im gesellschaftlichen Kontext.





Nachhaltige Sicherheit am Bau

Die Baubranche gilt als einer der größten Verursacher von Arbeitsunfällen. Dem Thema Sicherheit widmet die Doka daher seit jeher einen ihrer großen Schwerpunkte. Das Ziel: Die Baustellen unserer Kunden so sicher wie möglich zu gestalten. Die Vision: ein unfallfreier Arbeitsplatz.

SDGs



Der Ablauf einer Baustelle ist mit einer Vielzahl von Sicherheitsrisiken verbunden und daher mit einer hohen Verantwortung für alle Beteiligten. Auch wenn die Doka als Bau-Zulieferer nur indirekt Einfluss auf das Unfallgeschehen auf einer Baustelle hat, entwickelt sie immer wieder neue Produkte und Lösungen, um Risiken zu verringern und dabei die Wirtschaftlichkeit des Bauprojekts zu erhöhen.

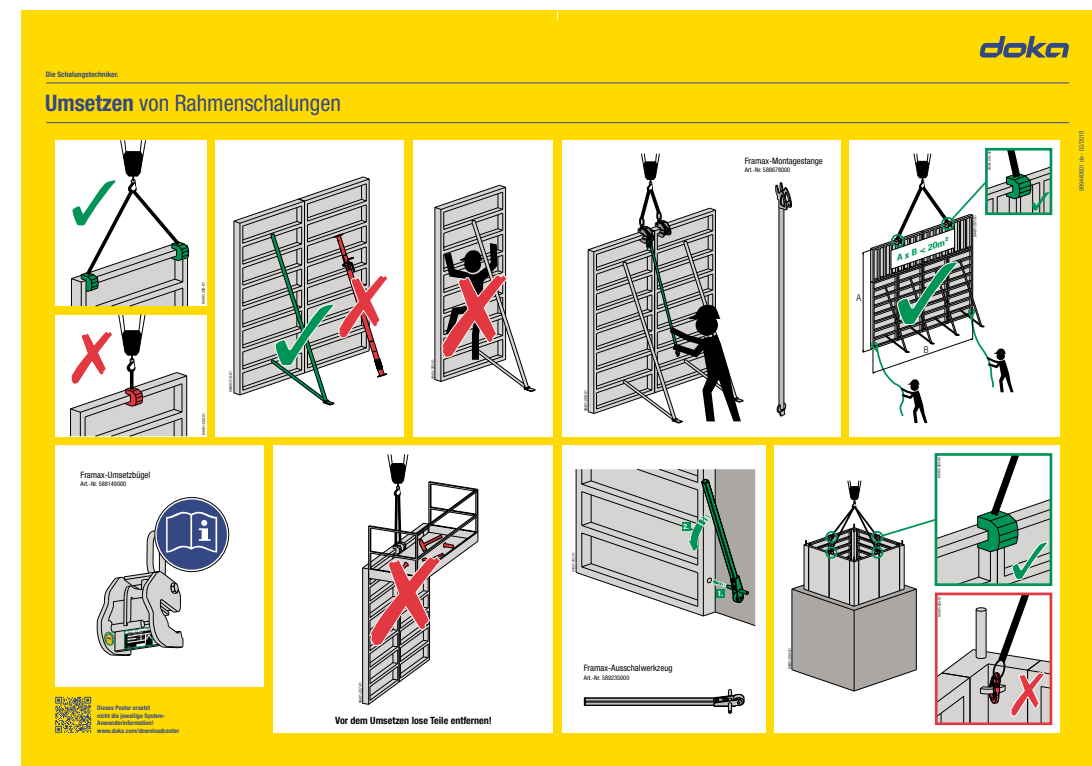
Aber auch abseits des reinen Produktportfolios ist Doka aktiv. So liegt ein Schwerpunkt auf einfach erklärten, mit Zeichnungen und Symbolen versehenen Anwenderinformationen, die für die Mitarbeiter*innen unserer Kunden auf der Baustelle leicht lesbar und verständlich sind.

Ein weiterer Fokus liegt auf der Durchführung von Kundentrainings sowie Sicherheitseinschulungen

direkt vor Ort auf der Baustelle. Aktiv bringt die Doka sich auch in internationalen Netzwerkanorganisationen ein und wirkt in Verbänden mit, die sich für die ständige Verbesserung von Sicherheitsstandards stark machen.

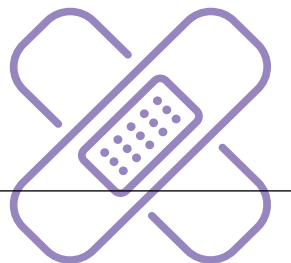
Investitionen in Sicherheit rechnen sich im Sinne einer nachhaltigen Betrachtungsweise gleich mehrfach: So wird die Gesundheit der Mitarbeiter*innen geschützt und deren Motivation und Wohlbefinden werden gestärkt. Reibungslose Abläufe und Prozesse sorgen für mehr Wirtschaftlichkeit. Und nicht zuletzt wird durch eine verringerte Unfallquote das öffentliche Gesundheitssystem entlastet.

Und das lässt sich sogar messen: Jede Investition, die in Maßnahmen für mehr Sicherheit am Bau getätigt wird, rentiert sich mit einem Faktor 2,2.



Parallel gilt höchste Priorität auch der Gesundheit unserer eigenen Mitarbeiter*innen. Entsprechend unserem Leitsatz „Wir werden jeden Tag besser“ möchten wir uns durch gezielte Maßnahmen kontinuierlich immer weiter verbessern.

Im Sinne einer transparenten Kommunikation werden wir diese Entwicklung zukünftig publizieren.



KPI 10

Unfallquote 3,5

Unfälle pro 100.000 Arbeitsstunden

Vorhang auf für die stillen Heldinnen und Helden 2020 bei umdasch The Store Makers

2020 hat nicht nur die Store Makers von umdasch vor große Herausforderungen gestellt und unser aller Leben aus der Bahn geworfen. Einschränkungen in vielen Lebensbereichen sind zu unserem Alltag geworden und das normale Leben von davor scheint inzwischen Ewigkeiten entfernt zu sein. Die Store Makers haben auch in dieser Situation gezeigt, aus welchem Holz sie geschnitzt sind. Jede einzelne Mitarbeiterin und jeder einzelne Mitarbeiter hat während der herausfordernden Monate des vergangenen Jahres Großartiges geleistet. Leider ist es unmöglich, die Leistungen aller im letzten Jahr hervorzuheben. Deshalb haben die Store Makers einen ganz besonderen Aufruf gestartet: Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von umdasch The Store Makers waren dazu eingeladen, ihre persönlichen Helden des Jahres 2020 zu nominieren.

Die True Heroes Kampagne

129 Mal haben sich Store Makers, verteilt über die gesamte Unternehmensgruppe, ein Herz gefasst

und einer Kollegin, einem Kollegen ihre Wertschätzung in Form einer Nominierung zum Ausdruck gebracht. Herzlich, menschlich und wertschätzend mit kollegialer Hochachtung – das hatten alle Begründungen gemeinsam. Da war es nicht einfach, unter so vielen Nominierten schlussendlich eine wahre Heldin oder einen wahren Helden auszuwählen. Deshalb sind es gleich drei Preisträgerinnen geworden sowie ein Sonderpreis für ein besonderes „Lebenswerk“ bei umdasch. Die Verleihung fand im Rahmen eines virtuellen Frühlings-Kick-offs statt, das Hunderte Store Makers vor ihren Bildschirmen live miterlebten.

Ein großes Danke an alle Store Makers von umdasch!

Ein Kollege nominierte alle umdasch Store Makers als wahre Heldinnen und Helden. Eine wunderschöne Geste, die CEO Silvio Kirchmair auch zum Anlass nimmt, die True Heroes Kampagne fortzusetzen.

Rupert Grill – True Hero „Lebenswerk“

Mit diesem Sonderpreis ehrte man Rupert Grill für sein Lebenswerk, seine 45-jährige Tätigkeit für die Store Makers. Die Organisation der Montagen am Standort in Leibnitz ist schon in normalen Jahren eine schwierige Aufgabe, aber 2020 war für Herrn Grill und sein Team eine besondere Herausforderung. Herr Grill war jeden einzelnen Tag mit Herzblut bei seinen Kolleg*innen an der Front und hat dafür gesorgt, dass unsere Projekte erfolgreich abgeschlossen werden konnten.

Rupert Grills Auszeichnung steht stellvertretend für die besondere Leistung all jener Kolleg*innen, die letztes Jahr unter erschwerten Bedingungen auf den zahlreichen Baustellen für umdasch The Store Makers unterwegs waren.

Wäre ich ein Superheld, dann wäre meine Superkraft ...
Ich hätte gern eine Superkraft, die in die Zukunft sehen kann – damit wäre die Arbeit angenehmer und besser im Voraus zu planen.



SDGs



Tita Dolonguin – True Heroine 2020

Tita ist seit fast 8 Jahren Büroassistentin der umdasch Store Makers Middle East in Dubai. Der Jobtitle beschreibt Titas Rolle nur unzureichend – „Mama Tita“ schon eher. Sie war während des Lockdowns der Dreh- und Angelpunkt im Office und hat für die Einhaltung aller Hygienemaßnahmen gesorgt.

Mit dem Gewinn werde ich ...
Ich plane, einen Teil davon für die Zukunft meiner Familie zu sparen und würde gerne in mein Heimatland, die Philippinen, reisen, sobald die Covid-19-Reisebeschränkungen nachlassen.

Wäre ich ein Superheld, dann wäre meine Superkraft ...
Ich würde gerne die Fähigkeit besitzen, die Menschen auf der Welt von Covid-19 zu heilen, damit wir alle zu unserem normalen Leben zurückkehren und bei unseren Familien in unseren Heimatländern sein können.



Isabel Rahimi – True Heroine 2020

Isabel ist seit viereinhalb Jahren Projektmanagerin in der General Contracting-Einheit von umdasch in Berlin. Sie hat im letzten Jahr das größte Projekt abgewickelt und in einem männerdominierten Umfeld brilliert. Die junge Architektin hat dabei auch nie auf jene Kolleg*innen vergessen, die sie bei ihrer Arbeit unterstützt haben.

Mit dem Gewinn werde ich ...
Ich denke, sobald es wieder möglich ist, werde ich einen netten Sommer-Grillparty mit meiner Familie und Freunden veranstalten.

Wäre ich ein Superheld, dann wäre meine Superkraft ...
Eine nützliche Fähigkeit wäre, immer rechtzeitig die perfekte Antwort zu wissen.

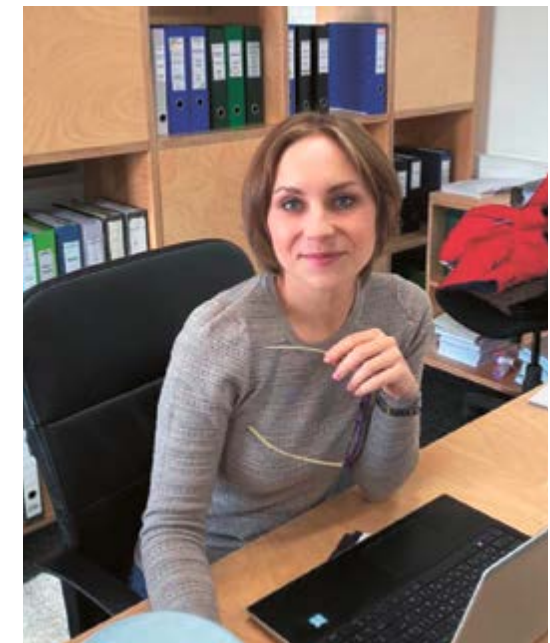


Maiia Vozniuk – True Heroine 2020

Maiia Vozniuk ist seit sechs Jahren bei umdasch Store Makers in Russland und in dieser Zeit von der Produktionsarbeiterin zur Office Managerin aufgestiegen. Sie gilt als Teamplayerin, als eine wichtige Schnittstelle für Einkauf und Logistik, die unermüden Einsatz und Lernbereitschaft zeigt und stets gute Laune versprüht.

Mit dem Gewinn werde ich ...
Die Hauptausgabe wird für mich selbst sein! Einkaufen & Vergnügen! Aber ich werde das Geld auch verwenden, um mein aktuelles Englischtraining zu bezahlen und einige Geschenke für meine Lieben und einige meiner Kollegen kaufen.

Wäre ich ein Superheld, dann wäre meine Superkraft ...
Ich wäre gerne eine Superwoman: superhart, superstark und superschnell.





Arbeitszeit ist Lebenszeit

Wesentliche Schlüsselemente der Nachhaltigkeit sind die Themen Mitarbeiterzufriedenheit und Arbeitgeberattraktivität. Die Rolle von Unternehmen hat sich auch in der Hinsicht im letzten Jahrzehnt stark gewandelt. Mitarbeiter*innen verlangen heute von ihren Arbeitgebern nicht unbedingt ein „Mehr“ als früher, aber sie erwarten ein „Besser“.

SDGs



Die klassische Teilung in Arbeit und Familie/Freizeit gibt es nicht mehr. Gerade während der Corona-Krise sind diese Bereiche noch deutlich stärker miteinander verwachsen. Arbeitszeit und Lebenszeit verschwimmen. Damit einher geht der Anspruch der Mitarbeiter*innen – auch der zukünftigen – an den besten Arbeitsplatz. Ein Anspruch, der nachvollziehbar ist. Und der die Verantwortung als fürsorglicher und attraktiver Arbeitgeber verändert hat: Sie ist von einem Bestandteil der Unternehmenskultur zu einem Bestandteil der Unternehmensstrategie geworden.

Der beste Arbeitsplatz

Der Job von heute muss also mehr können als faire Bezahlung und ein gutes Arbeitsklima.

Er muss Sinn machen. Das zeigen auch viele Studien im Bereich Arbeitgeberattraktivität. Aspekte wie das soziale und ökologische Engagement des Unternehmens, die Rücksicht auf Arbeitnehmerwohl und Arbeitnehmergesundheit sowie die Erfüllung der Gemeinschaftsbedürfnisse rücken ins Zentrum des Interesses der Mitarbeiter*innen. Dazu kommt, wie sinnvoll eine Tätigkeit empfunden wird und wie die Produkte, die das Unternehmen vertreibt, hergestellt werden. Vor allem: was sie bewirken und wie sie wirken. Auf die Umwelt und die Gesellschaft.

Auch wir merken, dass unsere Aktivitäten für Umwelt und Gesellschaft bei unseren Mitarbeiter*innen positiv ankommen. „Ich bin froh, für ein Unternehmen zu arbeiten, das sich für was Sinnvolles einsetzt“, hört man immer häufiger aus den Teams. Ausmaß und Umfang des sozialen Engagements der Umdasch Group sind durchaus beträchtlich, wie etwa die KPIs auf den Seiten 149 und 151 zeigen oder die aktuellen Projekte der Umdasch Group Foundation auf Seite 148.

Auch unser ökologisches Engagement stößt auf reges Interesse innerhalb des Unternehmens. Die Reaktionen, als wir die Investition in die Photovoltaikanlage in Amstetten (Seite 168) publiziert haben, waren beeindruckend. Und auch das große Engagement der Bereiche und Menschen, die am Product Carbon Footprint (Seite 158) der Doka mitarbeiten, hat uns gezeigt, wie wesentlich diese Aktivitäten für die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter*innen sind.

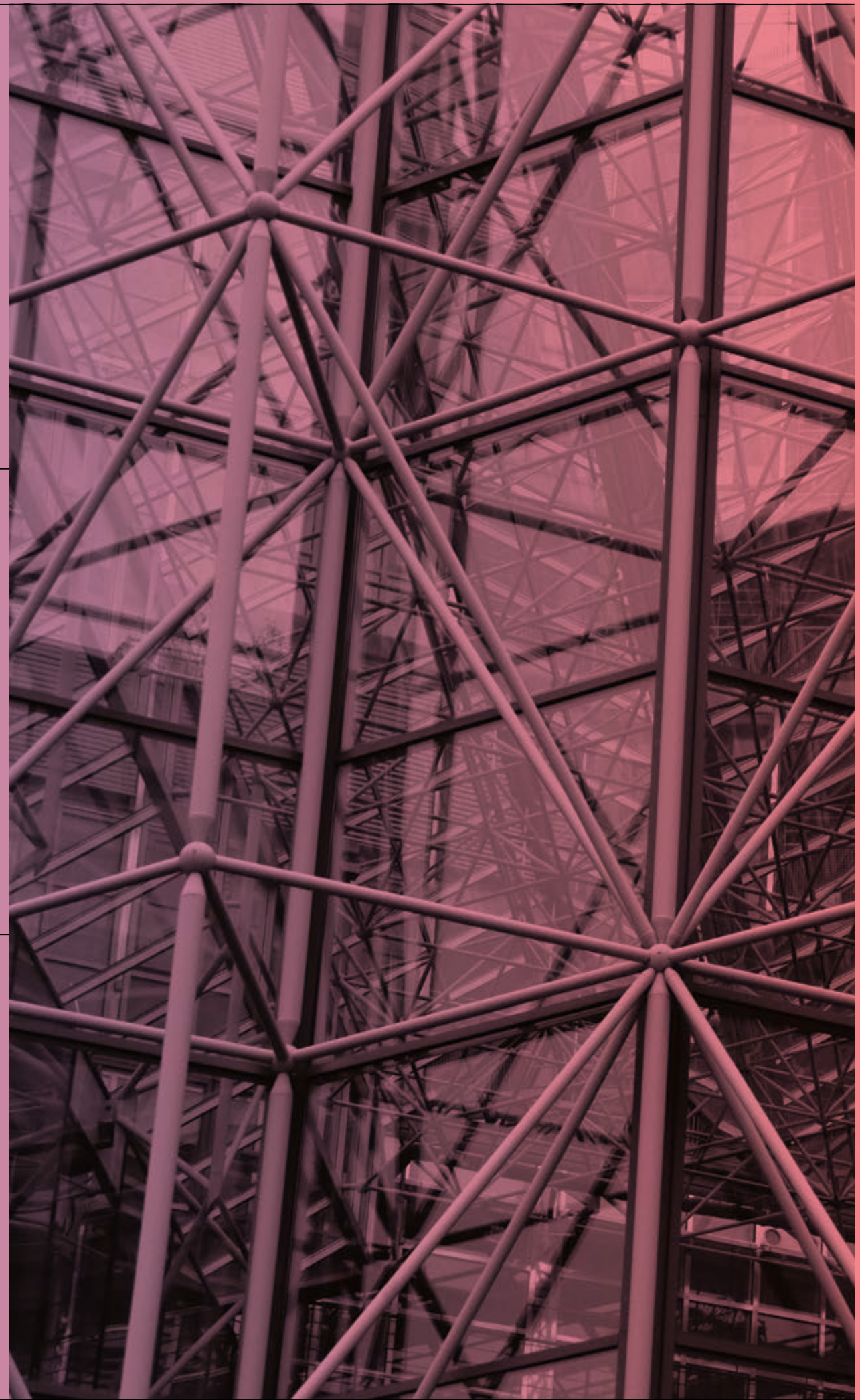
Zufriedenheit ist zukünftig messbar

Diese Zufriedenheit spüren wir, die wollen wir zukünftig aber auch messen. Nicht nur, um uns als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren. Vielmehr geht es uns darum, Feedback nicht ausschließlich auf Zuruf, sondern regelmäßig und geordnet zu bekommen. So können wir es auch gezielt bearbeiten, Schlüsse daraus ziehen und die Erkenntnisse implementieren.

Aktuell wird ein modernes Tool, das die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter*innen misst und ihr Feedback abholt, im Unternehmen installiert und etabliert. Wir möchten damit abseits der alle paar Jahre stattfindenden groß angelegten Umfragen unser eigenes Modell installieren, das uns jederzeit – und auch lokal – die Möglichkeit gibt, die Stimmung abzufragen. Und unseren Mitarbeiter*innen auch vermittelt: Uns ist wichtig, wie es euch geht.

Unsere Partner

Wir sind nicht der Nabel der Welt. Wir sind Teil eines Ökosystems, zu dem wir das beitragen, von dem wir glauben, dass es unsere Welt positiv zu verändern vermag. Gemeinsam mit unseren Mitarbeiter*innen, Kunden und Partnern wollen wir so eine gerechte, ressourcenschonende und für alle erfolgreiche Zukunft forcieren.



And the winner is ... Josef Umdasch Forschungspreis geht nach Rumänien

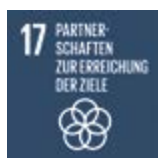
Fünf Finalistinnen und Finalisten traten im April in einem Online-Pitch vor die diesjährige Jury des Josef Umdasch Forschungspreises. Auf die Fragestellung der Umdasch Group Ventures nach „Artificial Intelligence & Computer Vision“ hatten sich im Vorfeld aus 87 Registrierungen und 41 Ländern 17 Shortlist-Nominierungen und schlussendlich fünf Kandidat*innen-Teams herauskristallisiert. Im Rahmen des globalen WSA-Kongresses, der heuer erstmals zur Gänze online stattfand, wurde im April der Sieger ermittelt:

Josef Umdasch research prize

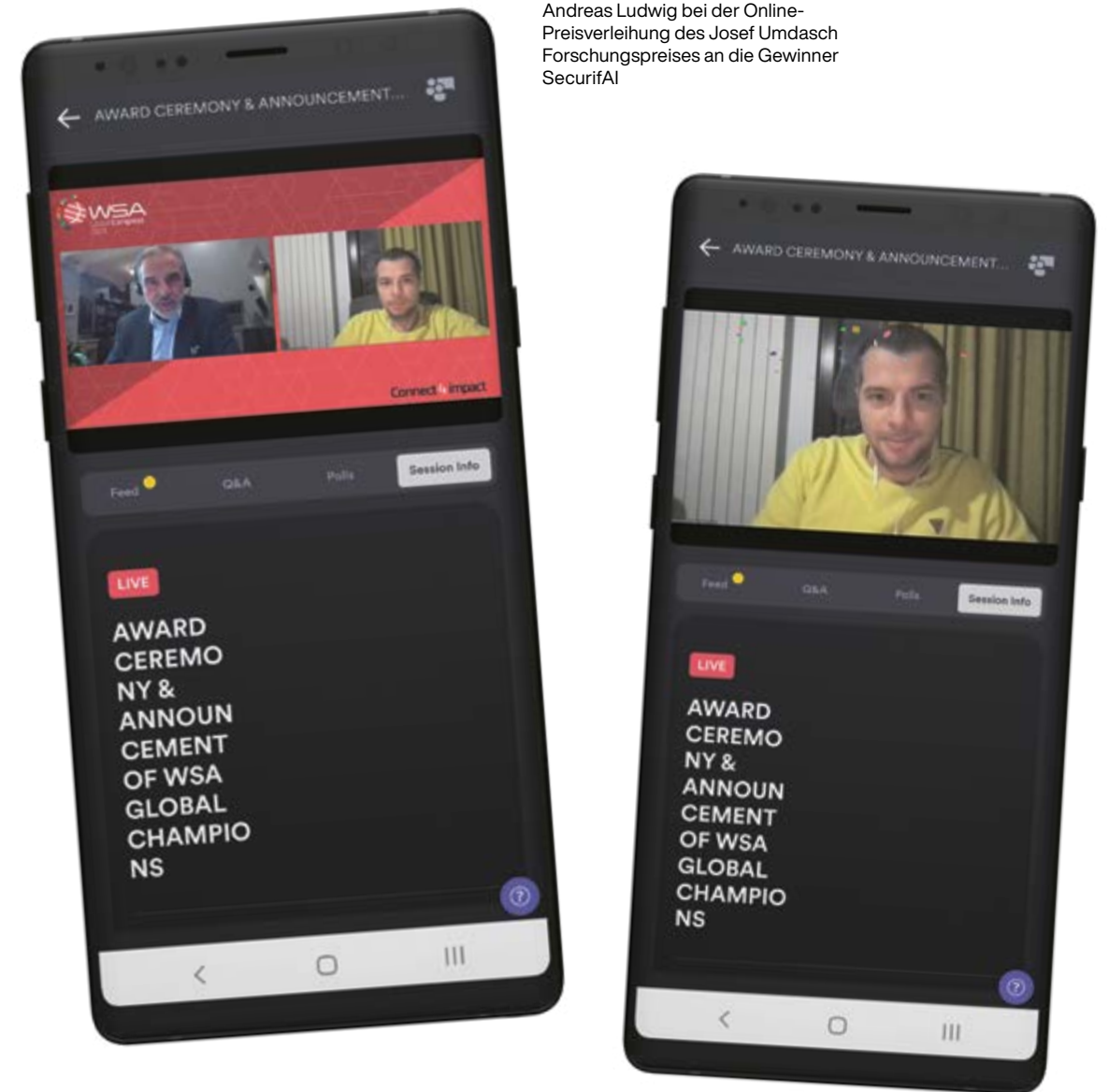
Der Josef Umdasch Forschungspreis

Seit 1990 gibt es ihn bereits, den Josef Umdasch Forschungspreis. Gewidmet wurde er von den Eigentümern Hilde Umdasch und Alfred Umdasch in Andenken an ihren Vater Josef. Seit 2018 steht der Preis auf ganz neuen Beinen. Die Umdasch Group setzt seither auf das weltweite WSA-Netzwerk, um in einer internationalen Ausschreibung Start-ups dazu aufzufordern, ihre nachhaltigen Ideen für bestimmte Aufgabenstellungen aus der Unternehmensgruppe einzureichen. Jedes Jahr definiert ein anderes Unternehmen der Umdasch Group die Fragestellung, 2020 war es die Umdasch Group Ventures.

SDGs



Andreas Ludwig bei der Online-Preisverleihung des Josef Umdasch Forschungspreises an die Gewinner SecurifAI



Der Preis geht in diesem Jahr an SecurifAI aus Rumänien

Das Team rund um Co-Founder und CTO Radu Ionescu hat eine Software entwickelt, die imstande ist, via Kamera Abnormalitäten zu erkennen. Das Start-up ist der Jury durch seine außergewöhnlich fortschrittliche Technologie aufgefallen. Punkten konnte das rumänische Team außerdem mit den breiten Anwendungsmöglichkeiten. So etwa erkennt die Software, ob auf einer Baustelle alle Personen Helm und Sicherheitsausrüstung tragen.

Die Expertinnen und Experten waren sich schnell einig: SecurifAI (<https://tdemo.securif.ai/>) wollen wir weiter kennenlernen. Ein Team der Umdasch Group Ventures wird sich der Aufgabe widmen, wie wir die zukünftige Zusammenarbeit gestalten wollen. Der Preis sieht nämlich vor, dass das Gewinner-Team den Auftrag erhält, seine Idee umzusetzen.

Bei der Gelegenheit ein kurzer Rückblick auf die Gewinner der letzten Jahre:

2018, im Jahr des 150-jährigen Bestehens der Umdasch Group, wurde der Preis gleich dreimal vergeben – an Jingle, ein Start-up im E-Commerce-Bereich, haben wir uns sogar beteiligt. Mit Polycular arbeiten wir seither an einem digitalen On-Boarding-Prozess für unsere neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, und mit Kewazo, einem deutsch-russischen Start-up der Baubranche, sind wir aktuell wieder in Gesprächen.

Evocco, den irischen Gewinner aus dem letzten Jahr, hatten wir im Herbst zu einem großen Auftaktworkshop mit unseren digitalen Retailexperten nach Österreich geladen. Corona hat uns hier vorübergehend etwas eingebremst, genau wie bei dem Sieger aus 2019 – Cupp aus Kanada. Aber auch hier werden wir wieder aktiv, sobald ein Reisen wieder möglich ist.


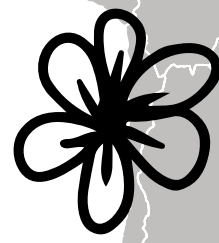
LERNEN MACHT SCHULE	240 Kinder & Jugendliche
BIG BROTHERS BIG SISTERS	256 Kinder & Jugendliche
CARITAS LERNCAFÉS	2200 Kinder & Jugendliche
TEACH FOR AUSTRIA	1230 Kinder & Jugendliche
BETA CAMPUS Waidhofen	150 Schüler*innen
WHATCHASKOOL	1000 Schüler*innen
CARITAS PREWORK	30 Schüler*innen
TALENTE! FÜR MORGEN	1000 Schüler*innen
VEREIN SPRINGBOARD	50 Schüler*innen
AMSTETTNER KINDERHILFE-LAUF	11 Kinder

OÁZA STUDIO - PRAG, TSchechien	13 Kinder & junge Erwachsene
ASOCIATIA PENTRU EVOLUTIE ROTAS - TUNARI, Rumänien	2 Kinder
CHRISTKIND AUS DER SCHUHSCHACHTEL - Rumänien (Verein OÖ Landlerhilfe)	60 Kinder

KINDERKRANKENHAUS - ENTEBBE, Uganda	80 Patient*innen
OMO CHILD - OMO TAL, Äthiopien	4 Kinder
FAHARI FOUNDATION CENTRE - MTWAPA, Kenia	11 Jugendliche
EMMANUELO BASIC SCHOOL - ACCRA, Ghana	230 Schüler*innen
SOS CHILDREN'S VILLAGES - BEIRUT, Libanon	4 Jugendliche
RENA SCHULE - SPITI TAL, Indien	100 Schüler*innen



CASCADES ACADEMY - OREGON, USA	20 Schüler*innen
FUSSBALLSCHULE „ESCOLA DE FUTEBOL MATHIAS“ - SÃO PAULO, Brasilien	50 Kinder & Jugendliche


 Die Umdasch Group Foundation

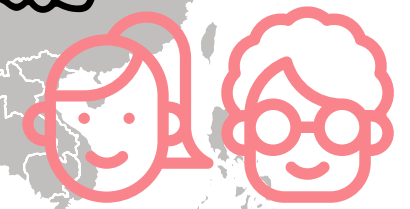
Die Umdasch Group Foundation hat Bildung zum Inhalt. Ihr Impact beschreibt sich anhand der Entwicklungen jedes einzelnen jungen Menschen, den wir fördern. Daher sind wir in sämtliche Projekte aktiv involviert. Das macht unser Engagement zielgerichtet, maximiert die Wirksamkeit für die Kinder und Jugendlichen und garantiert die Effizienz der eingesetzten Ressourcen.



ABC
123



KPI 11



Ausgaben für Gesellschaft & Soziales

€ 680.568



© Manfred Horvath

Von Nähe und Distanz

Seit 2016 steht jungen Müttern und Vätern aus der Belegschaft der Umdasch Group in Amstetten, die nach der Karenzzeit wieder direkt in ihren Job einsteigen, eine Kinder-Tagesstätte in unmittelbarer Nähe zum Arbeitsplatz zur Verfügung. Oberstes Gebot im kleinen, feinen Umdasch Nest ist, den kleinen Gästen eine liebe- und vertrauensvolle Betreuung zukommen zu lassen. Daran hat auch die Corona-Pandemie nichts geändert.

SDGs



Im großzügig angelegten Umdasch Nest tumeln sich an normalen Tagen 15 Minis im Alter von ein bis drei Jahren. Die Öffnungszeiten sind großzügig – von 7.00 bis 18.00 Uhr – damit die Eltern nicht unter Druck kommen. Die Betreuung ist es mit drei Pädagoginnen und zwei Betreuerinnen ebenso. Der erste Lockdown war auch für das Umdasch Nest ein Cut. Es musste für einige Wochen geschlossen werden. Um nicht Gefahr zu laufen, in diesem Zeitraum das geduldig aufgebaute Vertrauensverhältnis zu den betreuten Kleinkindern zu verlieren, hielt man mit den Eltern Kontakt per Mail und Telefon und machte kurzerhand eine Eltern-Kind-Zeitung, mit Fotos von den Nest-Betreuerinnen und vielen Spielen, Bastelideen und Liedern.

Anfang Mai 2020 wurde wieder gestartet, vorerst nur bis 12.00 Uhr. In dieser Zeit war vieles anders: Es waren wenige Kinder im Nest, Neuanfänge wurden auf später verschoben und Kindergartenanfänger konnten nicht wie gewohnt feierlich verabschiedet werden. Man machte laufend Bedarfserhebungen, welche Kinder am nächsten Tag hier sind und welche nicht. Die Kantine, die normalerweise die Tagesstätte mit Jause und Mittagessen versorgt, war gesperrt und die Eltern mussten selber das Essen für ihre Kinder mitbringen. Aber sie waren dankbar, dass sie die Kinder trotz Home-Office vorbeibringen konnten. Die Doppelbelastung ist doch enorm. Seit September herrscht im Nest wieder Normalbetrieb.

Wo im Umdasch Nest während der Pandemie die Prioritäten liegen

Schwierig ist, dass die Eltern nicht mehr mit ihren Kindern in den Gruppenraum dürfen, sondern sich in der Garderobe von ihnen verabschieden müssen. Da gab es anfangs viele Tränen. Die Maske wird von den Betreuerinnen im Kontakt mit den Eltern getragen. Mit den Kindern nicht. Obwohl die fünf Damen wissen, dass Kinder ebenfalls Überträger des Virus sind, verzichten sie darauf. Es ist ihnen wichtiger, dass ihre Schützlinge ihre Mimik sehen. Dafür lassen sie sich täglich testen. Die Maske würde die Kinder zwar nicht mehr erschrecken, aber sie brauchen Mimik und Gestik für ihre Entwicklung. Auch das Abstandhalten geht nicht hundertprozentig. Trösten und Streicheln geht vor. Das oftmalige Lüften hingegen wurde durch das Aufhängen von Windspielen für die Kinder richtig interessant gemacht.

Und natürlich ist die kleine Gruppe seit Corona auch vermehrt im Freien. Im Ziehewagerl geht es für Tierbeobachtungen zum Bauernhof in der Nähe mit Pferden, Schafen und Hühnern, zum Spielplatz oder zur Ybbs, um am Fluss die Enten zu besuchen. Es werden Picknicks gemacht und es wird viel im großen Garten gespielt. Und sollte einer der kleinen Gäste trotz des interessanten Programms plötzlich Mama oder Papa brauchen, sind diese gleich ums Eck erreichbar.

KPI 12



Freiwillige
Sozialleistungs-
quote € 2.579

Freiwillige Sozialleistung (€)
Anzahl Mitarbeiter*innen

Ton läuft, Kamera läuft – und Action!

Das neue Doka Broadcasting Studio für grenzenlose Kommunikation

Nein, es geht in diesem Beitrag nicht um Show. Es geht vielmehr um einen Meilenstein der Doka Kommunikationsgeschichte. Nach nur wenigen Wochen Projektzeit ging im Jänner dieses Jahres das neue Broadcasting-Studio in Betrieb. Seine Premiere feierte es mit dem großen internationalen Doka-Strategieauftakt.

Im Spätherbst letzten Jahres stand endgültig fest: Der traditionell im Jänner stattfindende Doka-Strategieauftakt, ein mehrtägiges Zusammenreffen von etwa 200 Führungskräften, würde Corona-bedingt nicht stattfinden können. Zugleich war das der Startpunkt eines Projekts, das binnen kürzester Zeit aus einem ungenutzten Kellerraum ein top-ausgestattetes Aufnahme- und Sendestudio machte.

Es fällt nicht leicht, Covid-19 etwas Gutes abzugewinnen. Wenn doch, dann ist es die Erkenntnis, welche ungeahnte Möglichkeiten die Digitalisierung

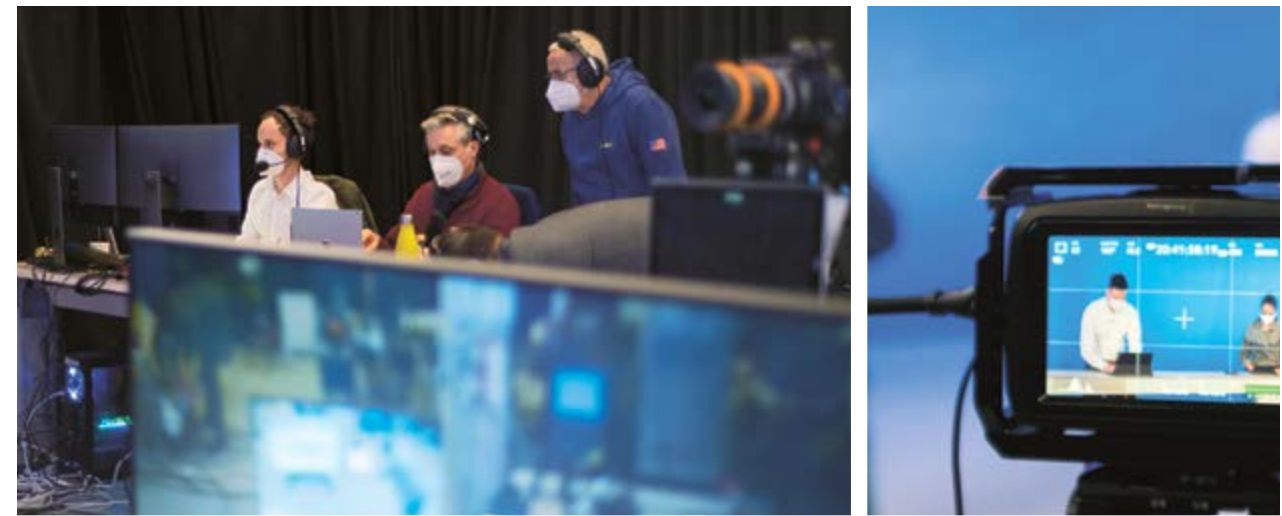
uns bietet. Möglichkeiten, die bisher brachlagen, weil die Notwendigkeit zur Nutzung nicht gegeben war. Nun war sie da, die Notwendigkeit. Der Bedarf war groß: Corona-Krisenkommunikation in mehr als 70 Ländern auf 5 Kontinenten gleichzeitig. Eine Herkules-Aufgabe, die nur mittels modernster Technologien zu lösen war.

Blitzschnell hat sich das Doka-Studio als Leitmedium der Kommunikation etabliert. Es ermöglicht uns, sowohl regelmäßige und geplante als auch Ad-hoc-Informationen schnell, unkompliziert, zielgenau und doch in hoher Leistungsqualität über Amstetten hinaus zu teilen. Vice versa ermöglicht die Technik auch, externe Beiträge einzubinden. Somit ist das Studio nicht nur ein Sendeplatz der internen Kommunikation, sondern auch ein professioneller Collaboration-Kanal mit unseren Kunden.

Die Eckpunkte

- High Definition (HD) Audio und Video
- 2 Kameras – flexibel und/oder fix
- 10 kabellose Studio-Mikrofone
- Einschaltung von bis zu 4 externen Sprechern
- Professionelles Licht-Set-up
- Akustik in Tonstudioqualität
- Videoaufnahme & Live-Stream
- Exklusive Internetanbindung
- Broadcast intern via Microsoft Teams und Microsoft Stream
- Broadcast extern via Facebook Live, YouTube Live, Webcast Live, LinkedIn Live, Vimeo Live
- Webinare & Trainings via Adobe Connect
- 2 Aerosol-Luftreinigungsmaschinen

SDGs



Eine nachhaltige Masterarbeit



„[...] wollen wir unsere Ressourcen auch für künftige Generationen sinnvoll sichern, führt kein Weg an einem effizienteren und schonenderen Umgang damit vorbei. Dabei spielen Wiederverwertung und Recycling eine

bedeutende Rolle, denn jede Ressource, die nicht verloren ist, sondern dem Wirtschaftssystem in Form von Sekundärrohstoffen rückgeführt wird, ist eine wertvolle.“ (Roth, 2016)

Nach einer Betriebsbesichtigung mit seiner HTL-Klasse und einem darauffolgenden sechsmonatigen Praktikum startete Tobias Gschneidner schließlich neben seinem Studium an der Boku Wien eine Teilzeitbeschäftigung in der Doka-R&D. Das vierjährige Engagement gipfelte im Jänner dieses Jahres in einer herausragenden Masterarbeit. Der Titel: Werkstoffliche Recyclingkonzepte für Schalungsplatten aus kunststoffbeschichtetem Sperrholz. Tobias dazu: „Die Idee kam von einem Doka-Kollegen. Ich fand das Thema sofort spannend, denn es schneidet Recht, Technik, Ökonomie und Ökologie an.“

Der hohe Holzanteil unserer Schalungsplatten zur Speicherung von CO₂ und die Kunststoffbeschichtung, die deren Lebensdauer deutlich verlängert, sprechen für ihre Nachhaltigkeit. Im Sinne einer gesamtheitlichen Kreislaufwirtschaft ist es aber auch nötig, sich die Verwertung am Ende des Lebenszyklus anzusehen. Die Diplomarbeit von Tobias hat genau das gemacht.

Das in der Arbeit vorgestellte Anlagenkonzept geht von einem jährlichen Recyclingvolumen von 80.000 m² an einem Standort im Einschichtbetrieb aus. Nächster Schritt: eine Detailentwicklung nach ökonomisch-ökologischen Gesichtspunkten.

SDG



Compliance gets digital

Über 70 Länder, genauso viele Gesetzgebungen und noch viel mehr Kulturen – Bedeutung und Anforderung an eine integrierte und etablierte Compliance-Organisation wachsen mit dem Unternehmen. Je größer die Umdasch Group wird, desto bedeutsamer wird ihr Anspruch an ein gemeinsames Verständnis zur Einhaltung von Gesetzen, Regelungen und ethischen Kodizes.

Bereits vor vielen Jahren hat die Umdasch Group weltweite Normen festgelegt, die uns als Regelwerk und Leitlinie für verantwortungsvolles Handeln dienen:

- Verhaltenskodex – regelt unsere weltweiten Standards für interne und externe Zusammenarbeit
- Quick Guide – veranschaulicht die wesentlichen Fokusthemen Anti-Korruption, Kartellrecht und Exportkontrolle
- Compliance-Ordnung – definiert Leitbild, Befugnisse, Verantwortungen und Tätigkeiten der Compliance-Organisation
- Ethics Line – anonymisierter Whistleblower-Kontakt mit unserer Compliance-Organisation
- Compliance-Trainings – für alle Mitarbeiter*innen der Umdasch Group

Digitalisierung steigert Qualität, Durchdringung und Bewusstsein

In den letzten beiden Jahren wurde das interne Schulungsprogramm neben weiterhin stattfindenden Präsenzs Schulungen um E-Learning erweitert. In 27 Sprachen werden Mitarbeiter*innen der Umdasch Group seither auch online mit unseren Richtlinien vertraut gemacht und auf regelkonformes und wertebasiertes Verhalten trainiert. Das E-Learning Programm besteht aus zwei Modulen – wobei das Basismodul alle zwei Jahre wiederholt wird, das Intensivmodul, das für Rollen mit erhöhtem Compliance-Risiko entwickelt wurde, jährlich.

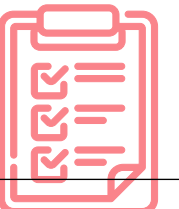
SDGs



KPI 13

Compliance Rate 57 %

$$\frac{\text{Anzahl Compliance-geschulte Mitarbeiter*innen}}{\text{Anzahl Mitarbeiter*innen}}$$



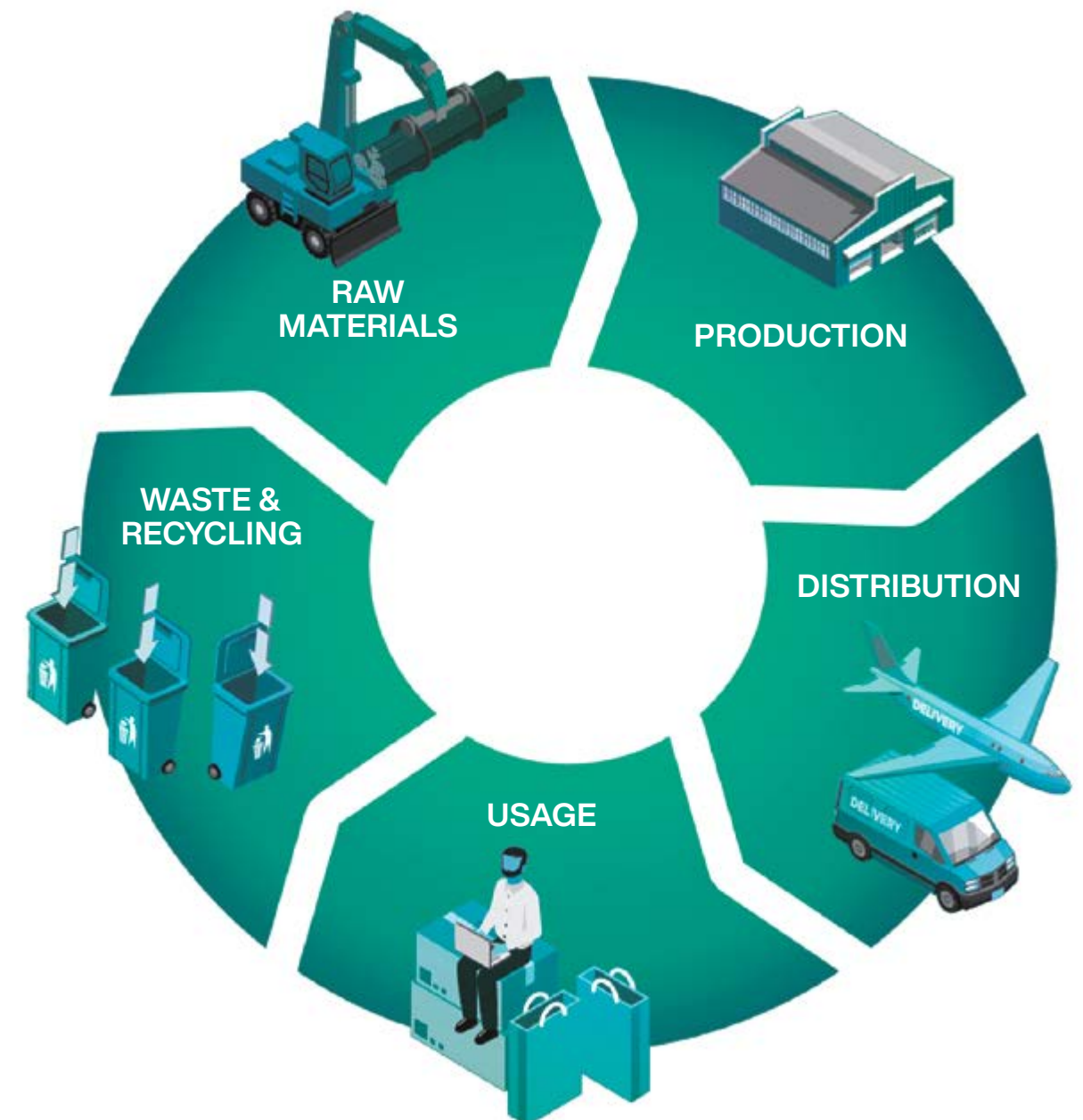
Unsere Umwelt

Im Sinne einer nachhaltigen Unternehmensstrategie betrachten wir unsere Umwelt als Stakeholder. Eine ausgeglichene Balance zwischen Geben und Nehmen ist die Basis jeder guten Partnerschaft. Das gilt auch für unsere Beziehung zu Umwelt und Natur: Wir entnehmen und verbrauchen Ressourcen. Im Gegenzug übernehmen wir die Verantwortung, alle wesentlichen Bereiche und Prozesse auf ihre ökologische Effizienz hin zu optimieren und ständig weiterzuentwickeln.



Ein Meilenstein der Doka Nachhaltigkeit – der Product Carbon Footprint

Unser unternehmerisches Handeln wirkt. Das ist gut, denn wir wollen Produkte und Lösungen entwickeln, die unseren Kunden Nutzen bringen und am Markt etwas bewegen. Unser Tun wirkt aber auch auf die Umwelt. In der jüngsten Vergangenheit rückt neben der ökonomischen die ökologische Betrachtungsweise ins Zentrum unternehmerischer Überlegungen: Welchen Einfluss hat unsere Tätigkeit auf die Natur? Wie nachhaltig gehen wir mit den eingesetzten Ressourcen um? Wie groß ist der CO₂-Fußabdruck, den wir der nächsten Generation hinterlassen?



In ihren Überlegungen, die größtmöglichen Wirkungshebel zu betätigen, hat sich die Doka entschieden, als Basis für ihre CO₂-Ziele einen Product Carbon Footprint zu erstellen. Hört sich leicht an – ist es aber nicht. Die Doka verfügt über ein Produktportfolio von über 6.000 Artikeln, viele davon setzen sich aus einer Vielzahl weiterer Bestandteile zusammen. Um zu erahnen, welche Monsteraufgabe hinter dieser Vision steckt, vielleicht zuerst eine Erklärung: Was genau ist ein Product Carbon Footprint? Und wozu dient er?

Im Laufe des Lebenszyklus eines Produkts entstehen Treibhausgasemissionen. Die sogenannte „Cradle-to-Grave“-Betrachtung misst diese Emissionen pro Phase, die das Produkt durchlebt. Dabei geht sie von der Gewinnung der Ressourcen über die Herstellung von Vor- und Endprodukt und endet nicht etwa, wenn das Produkt das Unternehmen verlässt. Das wäre für die Doka viel zu kurz gegriffen. Ihr Geschäftsmodell umfasst nicht nur den

Verkauf von Schalung, sondern zu etwa 50 % auch deren Vermietung. Das ist per se ein nachhaltiges Geschäftsmodell. Die Schalung muss robust und qualitativ hochwertig sein, um jahrzehntlang den Belastungen auf Baustellen standhalten zu können. Jedoch fällt im Laufe der vielen Jahre, in denen eine Doka-Schalung auf den Baustellen arbeitet, CO₂ an. Etwa beim Transport der Ware von der Niederlassung zum Kunden und retour. Oder wenn die Schalung in einem anderen Land benötigt wird. Oder beim Reinigen und Sanieren. Der Product Carbon Footprint bezieht neben Ressourcengewinnung und Herstellung auch die aktive Nutzungsphase bis ans Ende der Lebensdauer mit ein. Denn das Lebensende vieler Doka-Produkte ist der Beginn für neue Produkte. Unsere Metalle werden wiederverwertet und sparen so die Primärproduktion ein. Holz wird thermisch genutzt und substituiert fossile Energieträger oder wird zur Stromproduktion verwendet.

SDGs



2019 haben wir im Integrierten Geschäftsbericht darüber informiert, dass wir all unsere Produkte hinsichtlich ihrer Klimarelevanz im gesamten Lebenszyklus bewerten wollen. Die Bewertung der Produktionsphase, diese umfasst die Herstellung der Rohstoffe und Vorprodukte sowie die Produktion der Schalung selbst, ist mittlerweile abgeschlossen.



Ein Teil der Produktvielfalt des Product Carbon Footprint im Doka-Forum

Die Doka geht aufs Ganze

Nun gehen wir den entscheidenden Schritt weiter. Aktuell arbeiten wir an der Nutzungsphase unserer Schalungselemente. Die gliedert sich in vier Bereiche:

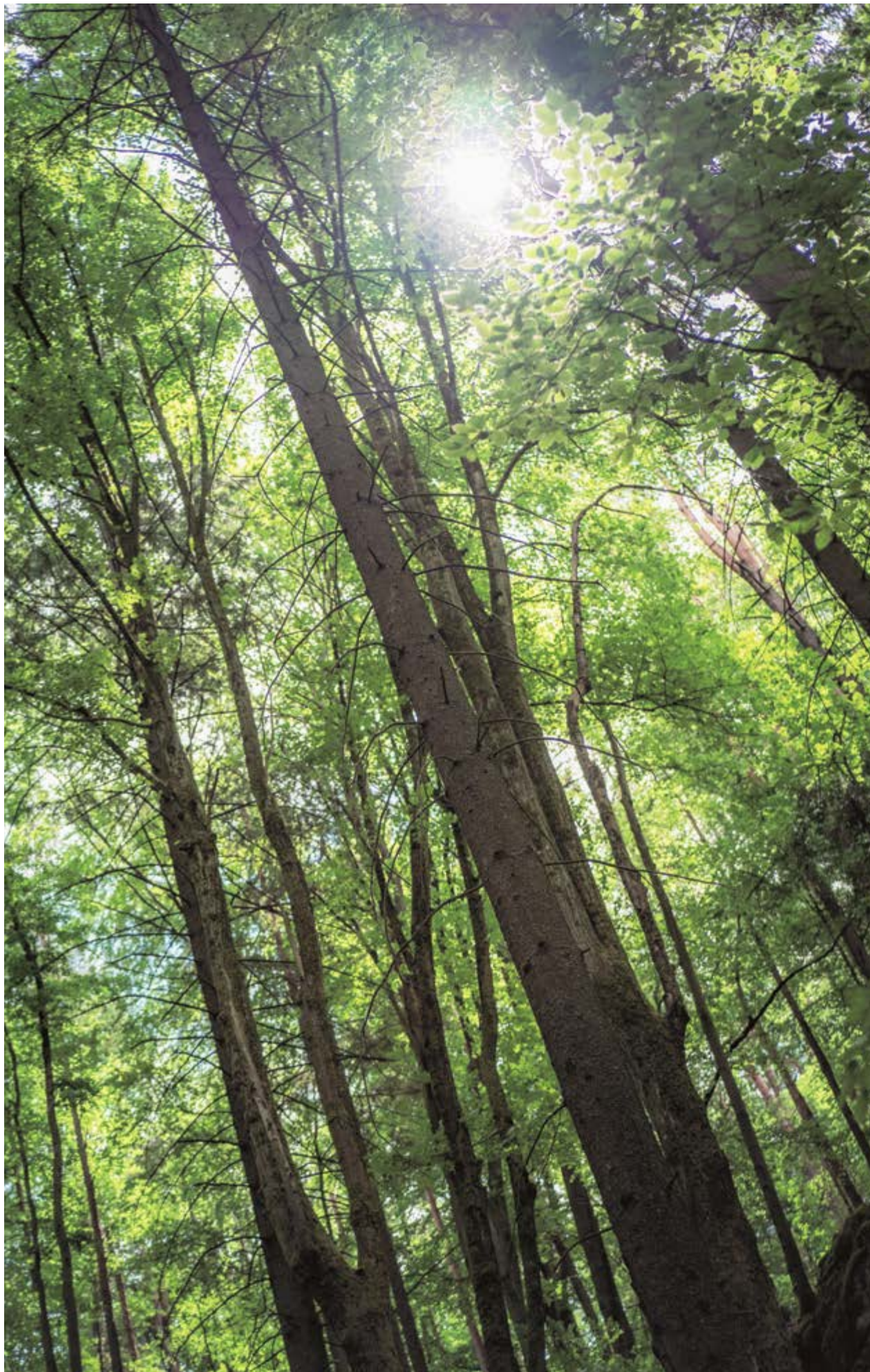
1. Auslieferung von der Produktion in Amstetten in die Zentrallager
2. Auslieferung von den Zentrallagern in die Niederlassungen
3. Transport zum Kunden und Rücktransport in unsere Niederlassungen
4. Reinigung und gegebenenfalls Wartung der Schalungselemente

Ein exzellentes Controlling macht's möglich

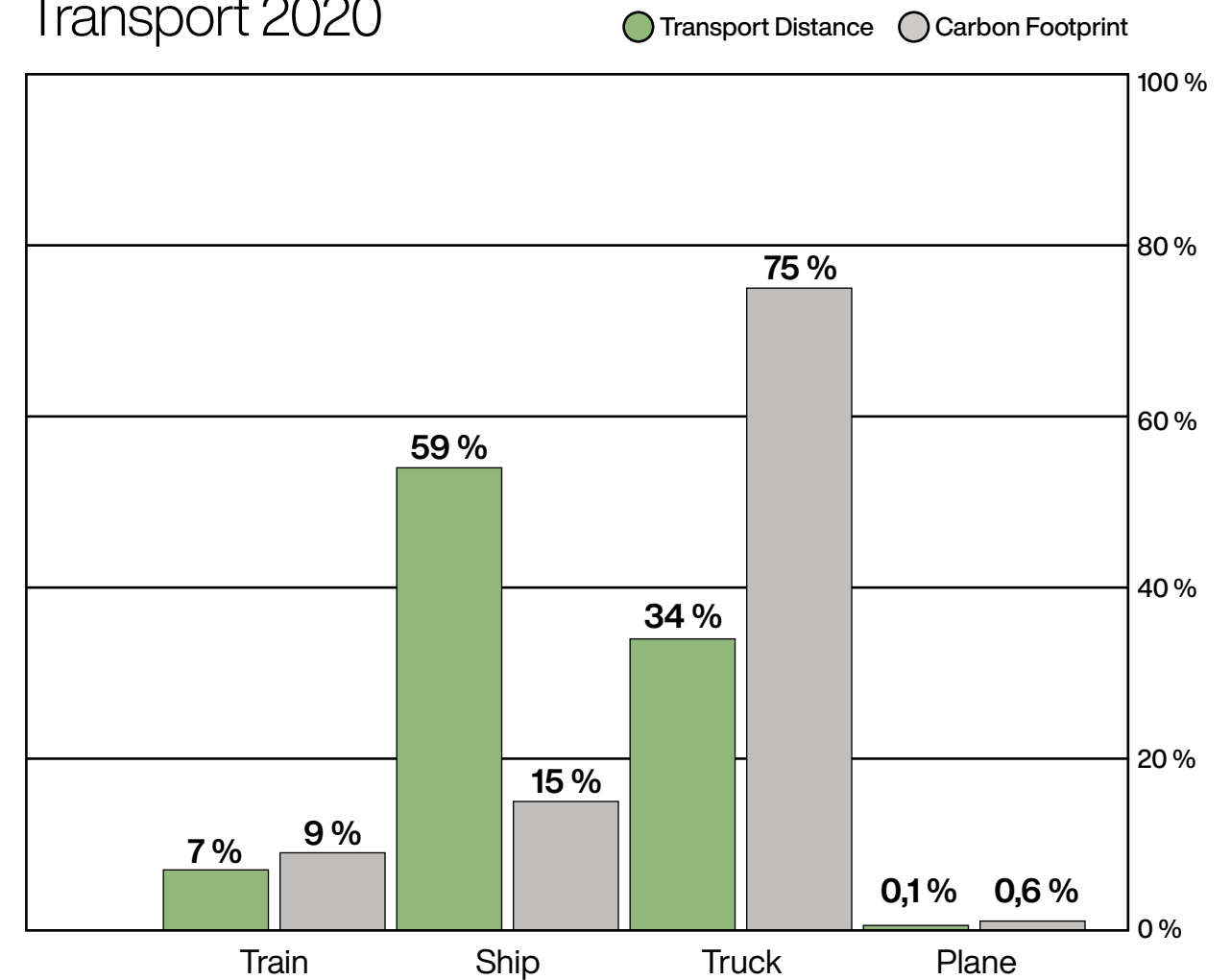
An der Stelle stößt man an die Grenzen des klassischen Projektmanagements. Jetzt ist das Controlling gefragt, denn an dieser Stelle taucht man ab in eine Landschaft aus Zahlen, Daten, Excel-Formeln und Access-Anwendungen. Wir staunen und sind dankbar, denn ein tiefer Blick in die Systeme beinhaltet schon in weiten Teilen die Auswertungen, die wir für die Berechnungen der Transportemissionen brauchen: gefahrene Kilometer, Tonnagen, Transportmittel, Anzahl der Transporte. Mit den entsprechenden Emissionsfaktoren hinterlegt können wir für Bereich 1 – Auslieferung von der Produktion in Amstetten in die Zentrallager – und Bereich 2 – Auslieferung von den Zentrallagern in die Niederlassungen – die entsprechenden CO₂-Äquivalente bereits ermitteln. Ein weiterer Meilenstein ist geschafft.

Fazit 2020

Im Jahr 2020 haben wir unsere Produkte 37 Mio. Kilometer weit transportiert. Der Seetransport hatte dabei einen Anteil von 59 %, er verursacht aber nur 15 % der Treibhausgasemissionen unserer Transporte. Die Lieferungen auf der Straße machen 34 % der Transportentfernung aus, am Carbon Footprint für Transporte haben sie aber einen Anteil von 75 %. Die ökologischen Vorteile des Transports per Bahn sowie die Nachteile der Luftfracht sieht man ebenfalls deutlich, auch wenn diese beiden Transportmodalitäten bei uns keine große Relevanz haben. (Siehe Grafik Seite 163)



Transport 2020



Der Weg ist das Ziel

Im nächsten Schritt wird die Nutzungsphase um Bereich 3 – die Transporte an den Kunden bzw. vom Kunden retour – sowie Bereich 4 – Reinigung und Wartung – ergänzt. Ebenso werden die CO₂-Emissionen bei der Verwertung bzw. Entsorgung am Ende des Lebenszyklus der Schalungselemente ermittelt. Die daraus abgeleiteten Analysen werden unseren Produktentwicklern Aufschluss darüber geben, wie wir die Umweltauswirkungen unserer Produkte immer weiter verringern können.

Parallel zum Product Carbon Footprint unserer Schalungselemente berechnen wir auch den Corporate Carbon Footprint des Unternehmens, um einen Überblick unserer gesamten Treibhausgasemissionen zu erhalten. Im Vergleich zum Product Carbon Footprint bilanziert er nicht nur produktbezogene, sondern unternehmenseigene Treibhausgasemissionen – etwa aus dem Energieverbrauch oder durch Dienstreisen.

Die Königsdisziplin der Nachhaltigkeit

Spätestens beim Product Carbon Footprint trennt sich die Spreu vom Weizen. An der Stelle zeigt sich, ob Nachhaltigkeit mit Ernst und Nachdruck in die Prozessgestaltung einfließt – oder doch lediglich in den Marketingplan. Die Doka geht den seriösen Weg. Das Projekt hatte seinen Startpunkt im Herbst 2019. Seither ist viel Aufwand und Anstrengung in das Projekt geflossen. Damit deckt die Doka die wachsende Nachfrage ihrer Kunden nach klimafreundlicheren Produkten, Lösungen und Prozessen.

Transporte der Zukunft

Im vorangegangenen Artikel wird die Thematik bereits beleuchtet: Der weltweite Einsatz der Doka-Schalung bedingt Transporte, die einen hohen Anteil an den Treibhausgasemissionen unserer Produkte ausmachen. Wie hoch, darüber wird uns in wenigen Monaten ein umfangreicher Product Carbon Footprint Auskunft geben.

Doka hat weltweit Niederlassungen, somit können wir unseren Kunden auf allen Erdteilen unsere Produkte und Services regional anbieten. Internationalität und Globalität sind also Teil unseres Geschäftsmodells. Damit verbunden ist ein entsprechendes Transportaufkommen. Grund genug, um darüber nachzudenken, wie wir dieses in Zukunft klimafreundlicher und umweltschonender gestalten können.

Fest steht, dass wir viele Maßnahmen brauchen, um die Treibhausgase, die durch den internationalen Warenverkehr entstehen, verringern zu können. Überall in der Doka gibt es bereits kleinere und größere Initiativen, die genau das zum Ziel haben.

Smarte zentrale Logistik

Die Doka setzt für innereuropäische Warenlieferungen weitestgehend auf LKWs. Durch die Warenversorgung von den Produktionswerken zu den Distributionszentren und Niederlassungen entsteht ein weltumspannendes Netzwerk. Um die Umweltbelastung möglichst zu reduzieren, besteht bereits eine zentrale Anforderung an die Fracht-Dienstleister, emissionsarme Fahrzeuge der Klasse Euro 6 einzusetzen. Das ist die Klasse mit der modernsten Motorentechnologie.

Transportauslastung erhöhen

Das Ladevolumen – sei es auf LKWs oder Containern – optimal zu nutzen, ist ein ständiges Bestreben. Das hat neben ökologischen Vorteilen auch ökonomische: Teillieferungen kosten auch richtig Geld. Von der Zentrale ausgehend ist der LKW-Auslastungsgrad durch langjährige bewusstseinsbildende Maßnahmen mit etwa 90 % sehr hoch. Dennoch soll diese Kennzahl in den nächsten Jahren auf 95 % gesteigert werden. Das soll auch durch entsprechende Routenoptimierungsprogramme erreicht werden.

Ein letzter Puzzlestein

Wie im vorangehenden Artikel beschrieben, ist der Transport von unseren Niederlassungen zu den Kunden und von dort retour zur Reinigung und Sanierung noch ein letzter Puzzlestein bei der Ermittlung des Product Carbon Footprints der Doka. Ein Projekt beschäftigt sich aktuell mit der Schaffung einer Basis für die einheitliche europaweite Nutzung von Transportaufträgen.

Die Vision: Zukünftig soll für jeden Kunden auf den Lieferdokumenten nachvollziehbar sein, welchen CO₂-Ausstoß der Transport unserer Güter verursacht hat. Wir schaffen somit die Voraussetzung, zukünftig nicht nur nach wirtschaftlichen, sondern auch nach Umweltaspekten Entscheidungen zur Warenverteilung und Bevorratung unserer Standorte zu treffen.

Transportauslastung erhöhen

Gemeinsam mehr erreichen – unter diesem Motto ist die Doka seit 2020 Mitglied beim Council Nachhaltiger Logistik „CNL“. Der Zusammenschluss von Transport-Dienstleistern und Firmen mit großem Transportaufkommen hat sich in mehreren Schwerpunkten zum Ziel gesetzt, Logistik nachhaltiger zu gestalten. Zum Beispiel durch die Forcierung alternativer Antriebsformen wie Wasserstoff.

Doka Schweden in der Vorreiterrolle

Haben Sie schon mal von HVO gehört? HVO – Hydrotreated Vegetable Oils – sind Pflanzenöle, die eine umweltfreundliche Alternative zu fossilen Kraftstoffen darstellen.

Im Rahmen der Umweltzertifizierung hat die Doka Schweden sich verpflichtet, die Auswirkungen ihrer Tätigkeit auf die Umwelt zu erfassen, ihre Entwicklung zu messen und Ziele zur kontinuierlichen Verbesserung zu setzen. In Schweden kommt von Kundenseite ein deutliches Signal zur Reduzierung von CO₂. Und unsere Kolleg*innen dort wissen, dass der effektivste Weg dorthin nur über klimafreundliche Transporte führen kann. Ein Lösungsansatz: HVO100 – Biosprit, der in sämtlichen Transporten der Doka Schweden seit 2021 zum Einsatz kommt.



Die vier Frachtunternehmen, die für Doka im Einsatz sind, haben nach anfänglichem Zögern der Bedingung zugestimmt, zukünftig ausschließlich HVO100 einzusetzen. Rahmenbedingungen wurden aufgesetzt, die auch entsprechende Nachweispflichten enthalten.

Zusätzlich werden alle Firmenautos zukünftig mit HVO100 betankt. Dazu wurde ebenfalls eine Rahmenvereinbarung getroffen. Volvo hat nach längeren Verhandlungen die Garantie für die Motoren auch bei Betankung mit HVO100 übernommen. Ein toller Erfolg, weiß man doch, dass Hersteller normalerweise keine Garantien übernehmen, zu denen sie nicht gesetzlich verpflichtet sind.

Ähnlich lief es mit der Firma Linde, die nach mehrwöchigen Überlegungen zustimmte, für die Betankung ihrer Dieselstapler mit HVO100 ebenfalls die Garantie zu übernehmen.

Die Zahlen sind jedenfalls beeindruckend: Durch den Einsatz von HVO100 statt fossilem Diesel kommt es zu CO₂-Einsparungen zwischen 80 und 90 %. Daumen hoch!

KPI 14

Transport-
effizienz 21,5

Tonnen CO₂-Äquivalente
Umsatzerlöse Mio. €

SDGs



The Fashion Pact: umdasch The Store Makers tritt globaler Vereinigung für Nachhaltigkeit bei



SDGs



Als internationaler Zusammenschluss von über 70 namhaften Unternehmen der Mode- und Textilindustrie sind im The Fashion Pact über 200 der weltweit führenden Marken und ein Drittel der Modeindustrie vertreten. Alle Unterzeichner haben sich der gemeinsamen Umsetzung wichtiger Umweltziele verpflichtet: der Eindämmung des Klimawandels, der Wiederherstellung der Artenvielfalt und dem Schutz der Ozeane. Seit 2021 ist umdasch The Store Makers Mitglied dieser angesehenen Koalition.

Im April 2019 beauftragte der französische Staatspräsident Emmanuel Macron den CEO der Kering-Gruppe*, Francois-Henri Pinault, die CEO-Kollegen aus der gesamten Mode- und Textilbranche zu versammeln, um eine Koalition zu gründen. Ziel ist es, einige der größten Organisationen zu vereinen und gemeinsam daran zu arbeiten, positive Auswirkungen auf die Veränderung des Modesektors zu beschleunigen und eine nachhaltigere Zukunft zu gewährleisten. Mit der Präsentation vor den Staatsoberhäuptern auf dem G7-Gipfel in Biarritz im Sommer 2019 wurde der offizielle Grundstein für „The Fashion Pact“ gelegt.

Die Unternehmen innerhalb des Paktes verpflichten sich zu ehrgeizigen, umsetzbaren Zielen, die auf die Eindämmung des Klimawandels, den Erhalt der Biodiversität und den Schutz der Ozeane abzielen. Mittlerweile zählt The Fashion Pact über 70 Mitglieder, die zusammen mehr als ein Drittel der Modeindustrie repräsentieren. Adidas, Burberry, die Kering Gruppe, Mango, Nike und Ralph Lauren gehören allesamt zu den Mitgliedern dieser Vereinigung. umdasch The Store Makers ist seit April 2021 offizielles Mitglied und positioniert sich dort als Partner der Industrie und als Vorreiter innerhalb des Ladenbau-Sektors.

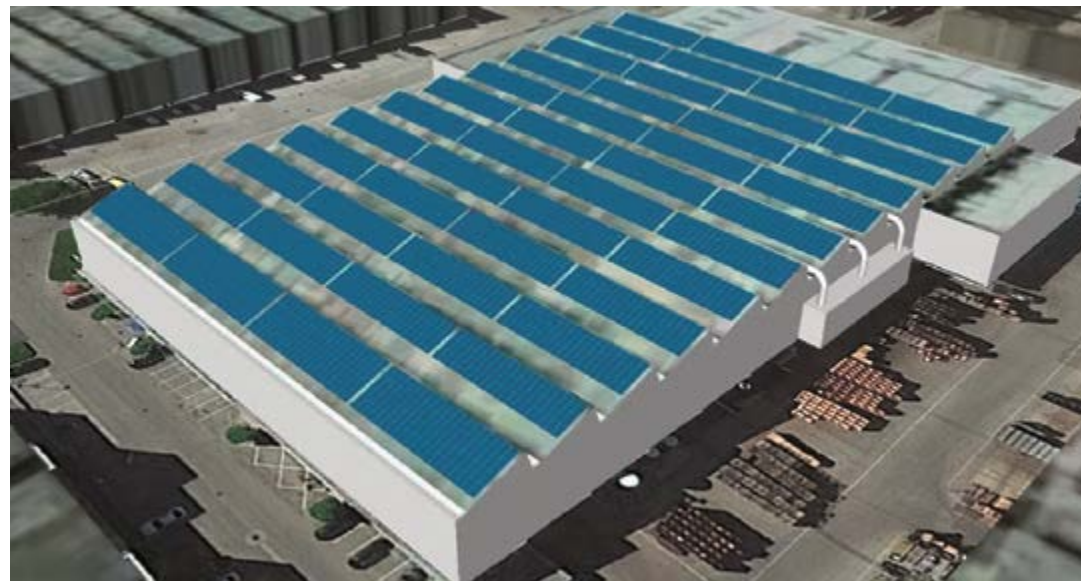
Alle Mitglieder von The Fashion Pact ergreifen kollektiv skalierbare Maßnahmen zum Umweltschutz, die eine messbare Wirkung erzielen. Bereits heute stammen etwa 45 % des Energiebedarfs der Mitglieder aus erneuerbaren Quellen. Der gemeinsame Plan: 100 % bis spätestens 2030. Gemäß den 17 Sustainable Development Goals der UN sind weitere Vorhaben unter anderem die komplette Verbannung bzw. das Recycling von Kunst-

stofftragetaschen sowie der Stopp der Abholzung und die aktive Förderung nachhaltiger Forstwirtschaft. Die zahlreichen bereits initiierten Projekte zur Schonung der Umwelt gliedert The Fashion Pact in „Klima“, „Biodiversität“ und „Ozeane“. Die Store Makers von umdasch starteten schon ihre aktive Zusammenarbeit bei ersten Teilprojekten im Bereich „Biodiversität“ und steuern so ihr Wissen bei, wie die Verkaufsflächen der großen Modemarken in Zukunft mit umweltschonenden Ressourcen gebaut und betrieben werden können.

„umdasch The Store Makers sind die ersten Ladenbauer, die sich dieser Koalition angeschlossen haben. Das ist für uns eine Ehre und eine Auszeichnung, die sich auf zukünftige Projekte auswirken wird“, so die Worte von Silvio Kirchmair, CEO umdasch The Store Makers, anlässlich des Beitritts. Als tief verwurzelt Familienunternehmen ist umdasch ein Ladenbauer mit wertorientiertem Management, Verantwortung und Umweltpolitik.

Mit der Schaffung einer eigenen Position für Sustainability werden künftig strategische Nachhaltigkeitsprojekte innerhalb von umdasch The Store Makers noch intensiver verfolgt. Gleichzeitig bereitet sich das Unternehmen auf die steigende Nachfrage nach nachhaltigen Ladenbaulösungen vor. Im Jahr 2021 werden zum Beispiel die Corporate Carbon Footprints für die beiden Standorte in Leibnitz und Zagreb ermittelt; ein Projekt, das in den Folgejahren auf alle Store Makers-Standorte ausgerollt werden soll.

* Zum börsennotierten Kering Konzern gehören namhafte Marken wie Gucci, Saint Laurent, Bottega Veneta, Balenciaga, Alexander McQueen und Brioni.



Wenn die Sonne lacht, lachen wir jetzt mit

Im November 2020 – Österreich steuerte gerade auf einen harten Lockdown zu – durften nur Partner mit Ausnahmegenehmigung auf unser Firmengelände. Nur wer einen wirklich guten Grund hatte, für den gingen die Schranken hoch. Diesen wirklich guten Grund hatten die Monteure der Firma, die mit den Arbeiten zu einem unserer großen Investitionsprojekte 2020 starteten: Der Installation einer modernen Photovoltaikanlage auf den Sheddächern des Hallenblocks B3 unserer Produktion.

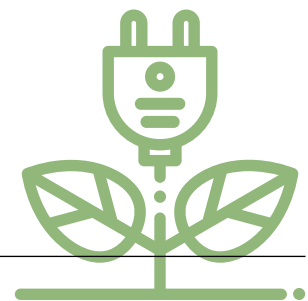
Genau dort geht dieser Tage eine Photovoltaikanlage mit einer Leistungsfähigkeit von 500 kWp in Betrieb. Bereits in diesem Sommer folgt die zweite Ausbaustufe, die diese Kapazität verdoppeln wird. In Summe werden diese beiden Anlagen rund 910.000 Kilowattstunden pro Jahr in das Stromnetz der Umdasch Group einspeisen. Was bedeutet das?

Nachhaltigkeit

Mit der PV-Anlage in Amstetten können wir einen Beitrag zur Erzeugung nachhaltiger Energie leisten und sparen pro Jahr rund 235 Tonnen CO₂-Emissionen. Damit setzen wir nach innen und außen ein Zeichen, dass wir Nachhaltigkeit als Teil unserer Geschäftsprozesse und somit integriert verstehen.

Kosteneinsparung

Der Standort Amstetten weist durch sein hohes Produktionsvolumen einen ebenso hohen Energieverbrauch auf – auch an den Wochenenden oder während des Betriebsurlaubs. Durch die neue Anlage wird es möglich sein, einen bedeutenden Teil dieses Bedarfs abzudecken. Vision ist es, die Anlage in den nächsten Jahren Stück für Stück zu erweitern.



KPI 15

Erneuerbare
Energien **58,2 %**

Verbrauch Erneuerbare Energie
Energieverbrauch gesamt

SDGs



Alles andere als ein G'schichtl – wie Ökologie und Ökonomie in einer smarten Idee gleichzeitig Platz finden



SDGs



Diesem Beitrag liegt eine Geschichte zugrunde, die besser als jeder Artikel beschreibt, wie eng ökologische und ökonomische Maßnahmen verzahnt sein können, wenn es um Nachhaltigkeit im unternehmerischen Kontext geht.

Die Geschichte beginnt am 11. November 2019 und spielt bei Form-on, einer Unternehmensechter der Doka. Form-on ist auf zwei Sparten fokussiert. Die erste davon dreht sich um Gebrauchschalung. Im Sinne eines nachhaltigen und möglichst langen Lebenszyklus handelt die Plattform mit Schalungen verschiedenster Hersteller und Qualitäten. Die zweite Sparte liefert Schalungskomponenten an den Fachhandel, Distributoren und Schalungshersteller.

An diesem 11. November 2019 bestellt ein Kunde aus Portugal 285 m² Frami Eco aus dem Form-on Gebrauchschalungslager. Der Kunde organisiert sich den Transport – der Weg beträgt etwa 2.000 km – selbst. Bei der Verladung zeigt sich: Von den insgesamt 13,5 Lademetern, die bei Vollbeladung auf dem LKW Platz finden könnten, werden durch die Lieferung nur 8,5 ausgenutzt. Form-on-Kollege Alessandro, der den Auftrag abwickelt, handelt schnell und schlau. Er setzt sich unverzüglich mit dem Kunden in Verbindung und überzeugt ihn: Eine Teilbeladung des LKWs macht weder ökonomisch noch ökologisch Sinn.

Der Vorschlag und das darauffolgende Angebot: Schalungsträger, die die Ladung komplettierten und – ganz nebenbei – den Gesamtauftragswert um mehr als ¼ steigerten. Ein teilvoller LKW hätte in dem Fall auch eine Verschwendung von 200 Litern Kraftstoff bedeutet.

Win-win-win ...

Form-on hat die Initiative mittlerweile in ihr Geschäft integriert. Davon profitiert die Umwelt durch eine spürbare Reduktion von CO₂-Emissionen. Davon profitiert der Kunde durch Reduktion von Transportkosten. Und Form-on in Form von zusätzlichen Umsätzen und einer gestärkten Kundenbeziehung.

Im Zuge des Umdasch Group Sustainability Prize (siehe Seite 130) wurde die Idee eingereicht und hat dort auch die Aufmerksamkeit der Doka auf sich gelenkt, die nun dieses Konzept in ihrer Logistik forcieren möchte.

Reduce, Reuse, Recycle – Refilling im Einsatz umdasch The Store Makers machen es möglich

Haben Sie schon einmal von der sogenannten „Abfallhierarchie“ gehört? Oder kennen Sie die „3 R“ des Abfallmanagements? Wir geben Ihnen einen kurzen Einblick und zeigen Ihnen, wie der Liquid Dispenser von umdasch The Store Makers Konsument*innen dabei unterstützen kann, nachhaltig einzukaufen.

Der Begriff „Abfallhierarchie“ kommt ursprünglich aus der Abfallwirtschaft und beschreibt eine Rangfolge von Maßnahmen, die ergriffen werden sollen, um die Menge des erzeugten Mülls zu reduzieren und den gesamten Abfallmanagementprozess zu verbessern. Ebendiese Hierarchie besteht aus den „3 R“: Reduce, Reuse, Recycle (Reduzieren, Wiederverwenden, Recyceln).

REDUCE: An oberster Stelle dieser Abfallhierarchie steht die Abfallvermeidung! Die Logik dahinter ist simpel: Wenn weniger Müll anfällt, gibt es auch weniger zu recyceln.

REUSE: Wir haben doch alle diese Schublade voller Dinge, die wir aufbewahren, weil wir dafür noch eine andere Verwendung sehen. Der alte Teller, der nun als Pflanzenschale für den Anbau von Kresse am Fensterbrett steht? Damit gehen Sie schon einen Schritt in die richtige Richtung, um Gebrauchsgegenstände wiederzuverwenden, wenn auch mit einer anderen Funktion.

RECYCLE: Recyceln bedeutet, dass ein Gegenstand oder Material wieder zu einem Rohmaterial verarbeitet wird, aus dem ein neuer Gegenstand geformt werden kann. Glas, Papier, Aluminium oder Kunststoffe können diesen Recyclingprozess durchlaufen – vorausgesetzt, sie werden nach ihrer Verwendung wieder sortenrein, also getrennt voneinander, gesammelt und entsorgt.

Solid Dispenser – Refilling im Trockensortiment

Mit dem Solid Dispenser von umdasch The Store Makers ist es möglich, auch im Food-Bereich nachhaltig einzukaufen. Verschiedene Schütt- und Schöpfbehälter ermöglichen den Kunden, genau die gewünschte Menge eines bestimmten Produkts, wie Nüsse, Trockenfrüchte oder Cerealien, abzufüllen.



SDGs



umdasch Liquid Dispenser

Nun aber in die Anwendung. umdasch The Store Makers macht das Wiederverwenden einfach, denn der Liquid Dispenser ermöglicht es, ein Kunststoffgebinde immer wieder zu befüllen, den Kauf eines neuen Behältnisses zu vermeiden und so Abfall zu reduzieren.

Erstmals liefert der Liquid Dispenser auch für große Handelsketten die Antwort, am Paradigmenwechsel teilzunehmen und Verpackungsmüll zu vermeiden. Die Nachfüllstation stellt ein effizientes Angebot zur Wiederbefüllung von Mehrweggebinden im filialisierten Betrieb dar. Der Handel bietet damit für Konsument*innen am Point-of-Sale die Möglichkeit, nachhaltig einzukaufen. Die Einsparung von Verpackungsmüll wird durch den Einsatz der Nachfüllstation, beschickt durch Großgebinde in Form von Bag-in-Box Lösungen, erreicht. Der umdasch Liquid Dispenser erkennt durch den Scanvorgang der Verpackung, um welches Produkt in welcher Menge es sich handelt. Kunden platzieren die Verpackung am gewünschten Auslasshahn, der Liquid Dispenser detektiert per Wiegesensorik das Leergebinde und gibt den Füllvorgang frei. Nach Wiederbefüllung der Verpackung wird der Bon mit der entsprechenden Information zum Produkt ausgedruckt. Und beim nächsten Einkauf kann das verwendete Behältnis einfach wiederbefüllt werden – eine neue Verpackung ist nicht notwendig!

Die Einsatzgebiete sind vielfältig, denn je nach Bedarf können diverse flüssige Putz- und Waschmittel abgefüllt werden: Shampoo, Duschgel, Flüssigwaschmittel, Spül- oder Reinigungsmittel. Dank der integrierten IoT-Technologie kann der smarte Liquid Dispenser mit verschiedenen Systemen vernetzt werden und liefert dabei wertvolle Daten für Marken und Händler.

Mittlerweile sind in Europa rund 100 dieser Abfüllstationen von umdasch bei zwölf namhaften Handelsketten im Einsatz und mehr als 100.000 Abfüllvorgänge zu verzeichnen. 84 % davon sind Refilling-Vorgänge, also ein wiederholter Befüllungsvorgang durch Konsument*innen am Point-of-Sale. So wird die Welt Schritt für Schritt nachhaltiger: Zahlreiche weitere Retailer im Lebensmittel- und Drogeriefachhandel haben erfolgreiche Pilotversuche mit dem Liquid Dispenser gestartet und große Rollouts in ganz Europa sind bereits in Vorbereitung!





Die Mitarbeiter*innen der Doka-Niederlassung Graz

Die Umwelt geht uns alle an – nicht nur das Headquarter

Das Gelingen unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist abhängig davon, wie tragfähig und umsetzbar sie in der Praxis ist. Grundvoraussetzung ist aber immer ein starkes Involvement unserer Tochtergesellschaften und Niederlassungen im In- und Ausland. Ein Team zeigt in beeindruckender Weise vor, wie das aussehen kann: die Vertriebsregion Steiermark & Kärnten mit ihrem umweltambitionierten Leiter Michael Heinrauch.

SDGs



„Einerseits haben wir uns ein großes Ziel gesteckt – die CO₂-Neutralität der gesamten Vertriebsregion. Dafür braucht es aber viele Etappenziele. Eines davon ist, dass wir bis 2024 unsere gesamte Mobilität auf E-Antriebe umstellen werden“, erzählt Michael Heinrauch im Gespräch. Im Vorfeld wurde eine Machbarkeitsstudie durchgeführt. Umsetzbarkeit spielt in einem Konzept zur Energiewende eine wichtige Rolle: „Die Ziele müssen ambitioniert, aber erreichbar sein.“

Die wesentlichen Fokusthemen, die seine Mannschaft und er sich vorgenommen haben, sind:

Umstellung auf E-Mobilität

In Graz werden bis Jahresende 2021 fünf von sechs Staplern auf E-Stapler umgestellt. CO₂-Einsparungspotenzial: 52 Tonnen/Jahr. Sukzessive werden auch die Fahrzeuge der Außendienstmitarbeiter auf E-Autos umgestellt. Das setzt eine Investition in eine entsprechende Ladeinfrastruktur sowohl in Graz als auch in Klagenfurt voraus. Bei einem durchschnittlichen Kraftstoffverbrauch eines Außendienstfahrzeugs von 6.000 bis 7.000 Litern jährlich beträgt das CO₂-Einsparungspotenzial 36,4 Tonnen/Jahr.

Thermische Sanierung

Im Zuge einer Sanierung der Niederlassung Graz nach den Kriterien Nachhaltigkeit und Ökoeffizienz wurden Fenster getauscht und das Gebäude bekam eine neue, energiesparende Außenhülle. CO₂-Einsparungspotenzial: 4,7 Tonnen/Jahr.

Photovoltaikanlage

In diesem Zusammenhang wird 2021 auf der neu sanierten Niederlassung Graz eine Photovoltaikanlage installiert. Aktuell werden dort 50.000 kWh/Jahr an Energie verbraucht.

Mit der Anlage sollen künftig zumindest 25 % davon eingespart werden, was eine Einsparung von 32 Tonnen CO₂ bedeutet.

Die internationale Diskussion sieht eine Einsparung von 2 Tonnen CO₂ pro Erdbewohner vor, um die weltweiten Klimaziele bis 2050 erreichen zu können. Mit Engagement und Ambition schaffen die 67 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dieses Ziel bereits an ihrem Arbeitsplatz: Bei einer Gesamteinsparung von 125,1 Tonnen CO₂ im Jahr 2021 macht das fast punktgenau zwei Tonnen pro Mann bzw. Frau.

Wir können nur sagen: Daumen hoch!



KPI 16

Ökoeffiziente Investitionen

72,3 %

Ökologisch positiv wirksame Investitionen
Gesamtinvestitionsvolumen



Wende



- 178 Generationenübergabe
- 180 Der neue CEO stellt sich vor
- 182 Das Interview
- 188 Das neue Management-Team

Generationenübergabe Neue Führungsrolle stärkt Gruppenidentität und fördert Potenziale

Ein Führungswechsel, der einhergeht mit einem neuen Rollenverständnis der Umdasch Group – so kann man die Veränderung, die sich Mitte dieses Jahres in der Unternehmensgruppe vollzieht, auf den Punkt bringen. Verstärkt wird dabei der Grad der Begleitung und Entwicklung der Tochterunternehmen. Die Basis dafür ist eine langfristige, nachhaltige Strategie, die die operativen Ziele der Divisionen mitgestaltet und entsprechend unterstützt. Während die Strategie die Zukunft abbildet, beschäftigt sich die operative

Umsetzung mit der aktuellen Ertrags- und Liquiditätslage. Leicht verliert die operative Ebene im herausfordernden Alltag die Strategie aus den Augen. Umgekehrt ist Strategie nicht immer genug marktnah und vielleicht auch nicht immer ganz punktgenau formuliert. Es braucht also eine Rolle, die den dauerhaften Existenzanspruch eines Unternehmens mit dessen Realisierung verbindet und in Gleichklang bringt.



Die Generationenfrage

Die Eigentümer Hilde Umdasch und Alfred Umdasch haben sich in der Nachfolgefrage für eine solche Rolle entschieden. Eine Rolle, die den strategischen Führungsanspruch der Umdasch Group um die Kompetenz erweitert, ihre Unternehmen zu coachen, zu fördern und zu fordern. Eine Rolle, die die Eigentümer in ihrer Intention unterstützt, die Unternehmensgruppe nachhaltig weiterzuentwickeln. Eine Rolle, die die Familie in der Fortführung ihrer unternehmerischen Werte und Vorstellungen vertritt.

Wolfgang Litzlbauer

Diese Rolle wird zukünftig Dr. Wolfgang Litzlbauer einnehmen. Er übernimmt die Gesamtverantwortung für eine Unternehmensgruppe, die gut gerüstet und gut vorbereitet ist, auf die aber in Zukunft noch viele Herausforderungen warten. Mit 1. Juli 2021 wird er der Vorstandsvorsitzende der globalen Umdasch Group. Wir möchten die Möglichkeit nutzen, ihn bereits im Vorfeld etwas vorzustellen: Wer ist Wolfgang Litzlbauer? Was treibt ihn an? Was sind seine Ideen? Wohin wird er die Umdasch Group entwickeln?

Der neue CEO stellt sich vor



Wolfgang Litzlbauer im Word-Rap

Mein Arbeitstag beginnt ...

... immer mit einem persönlichen Gespräch. Das sind nicht unbedingt die Meetings im Terminkalender. Die paar Minuten Austausch, die durch ein zufälliges „Wie geht's?“ im Stiegenhaus entstehen, sind oft die wertvollsten. Weil sie mir einen Eindruck vermitteln, wie es den Menschen im Unternehmen geht.

Ich mag an meinem Beruf ...

... die Vielfalt. Wenn man ein Unternehmen führt, muss man es als Gesamtes sehen. Ich mag, dass meine Rolle mir erlaubt, in viele Bereiche hineinzusehen. Wenn es irgendwo besondere Herausforderungen gibt, auch mal etwas näher. Dabei habe ich immer viel gelernt und da lerne ich auch immer noch.

Was mir dabei besonders Spaß macht ...

... wenn Menschen mich begeistern von ihren Ideen überzeugen und mich dabei auch herausfordern. Wer das übrigens sehr gut kann, ist mein Sohn Max. Ich erachte es als Privileg, Menschen bei der Umsetzung ihrer Ideen begleiten und fördern zu dürfen.

Aus der aktuellen Gesundheitskrise sollten wir den Nutzen ziehen ...

... die Konzentration auf das Wesentliche zu richten. Wenn es um substantielle Themen wie Gesundheit oder wirtschaftliche Existenz geht, dann trennt sich deutlich sichtbar das Wichtige von dem, was man für wichtig hält. Nicht umsonst heißt es: Never miss a good crisis. Weil eine Krise immer auch eine Chance ist, notwendige Veränderungen effektiver voranzutreiben.

Das Glas ist halb voll oder halb leer?

Ein gewisses Maß an Skepsis kann auch gesund sein. Aber grundsätzlich bin ich jedenfalls ein positiver Mensch. Zuversicht und eine gute Portion Humor auch in den schwierigsten Situationen zu bewahren, habe ich aus meinen Erfahrungen in Brasilien mitgebracht.

Eine Erfahrung, die jede junge Führungskraft braucht?

Mindestens drei Jahre Ausland. Und mindestens eine richtig große Herausforderung, die ursprünglich viel zu mächtig erschien und dann doch gut gemeistert wurde. Was ich außerdem für sehr wichtig halte, sind Erfahrung und Gespür im Umgang mit Menschen. Jede erfolgreiche Führungskraft zeichnet sich auch durch eine ausgeprägte Fähigkeit zur Empathie aus.

Ein Buch, das man unbedingt gelesen haben sollte?

Homo Deus von Yuval Harari – eine Geschichte von Morgen.

„Warum Kunden sich für uns entscheiden? Weil wir sie dabei unterstützen, erfolgreich zu sein.“

Wir haben Dr. Wolfgang Litzlbauer vor seinem offiziellen Start befragt. Um ihn besser kennenzulernen. Und um vielleicht schon ein bisschen davon zu erfahren, wohin unsere Reise in Zukunft gehen wird.

Wolfgang Litzlbauer, welche drei Attribute beschreiben die Umdasch Group am treffendsten?

Da fällt mir als Erstes ein, wofür wir auch außen wahrgenommen werden: die Stabilität. Krisen fanden auch hier statt, keine Frage. Aber das Unternehmen beweist seit mehr als 150 Jahren, dass es beständig, robust und widerstandsfähig ist. Sieht man sich typische Stabilitätskennzahlen an, dann sind die durchaus beeindruckend. Zum Beispiel ein Eigenfinanzierungsgrad von deutlich über 60 %. Das spielt nicht nur für unsere Bonität eine wichtige Rolle. Für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Partner ist Stabilität wichtig, denn sie gibt Sicherheit und Vertrauen.

Daneben stehen wir für Langfristigkeit. Wenn man auf wesentliche Richtungsentscheidungen des Unternehmens zurückblickt, dann waren die von ausgesprochen langfristigem Charakter. Entscheidungen, wie zum Beispiel die, eine eigene Metallfertigung auf-

zubauen, waren sicherlich nicht von schnellem Erfolg gekennzeichnet, haben sich aber im Laufe der Jahre als ganz entscheidende Faktoren im internationalen Wettbewerb herauskristallisiert.

Und wenn ich von all denen, die mir noch einfallen, mich für ein drittes Attribut entscheiden müsste, wäre das die Verbindlichkeit. Die Umdasch Group hat den Ruf, in ihren Zusagen verbindlich zu sein, sie hat Handschlagqualität. Als verlässlicher Arbeitgeber und Partner.

Beschreiben diese drei Attribute auch Sie, Herr Litzlbauer?

Ja, ein bisschen schon. Stabilität ist mir ganz wichtig. Ich bin überzeugt, dass in der Beständigkeit ein großer Schatz liegt. Ich war 27 Jahre bei der Miba beschäftigt. Das ist auch ein sehr erfolgreiches Industrieunternehmen in Familienbesitz. Ich bin überzeugt, gewisse Dinge bringt man nur voran, wenn man ein Unternehmen gut kennt, seine Potenziale, aber auch seine Schwachstellen. Natürlich kann man Veränderungen auch streng top-down durchsetzen. Viele Kapitalmarktunternehmen zeigen ja vor, wie das geht: Managementwechsel, 3-Jahres-Plan, danach stimmen die Kennzahlen. Fertig. Das stellt natürlich die Shareholder zufrieden, ob das auch immer nachhaltig ist, wage ich aber zu bezweifeln. Was es braucht, ist ein gesamtheitlicher Blick auf ein Unternehmen. Man muss die Mechanismen kennen, die dort aktiv sind, und man benötigt ein Feeling für die Unternehmenskultur. Die Bemühung, das zu erkennen, braucht es. Und die Zeit eben auch.

Und dann darf ich von mir auch behaupten, dass ich verbindlich bin. Ich bin vielleicht kein Mensch, der zu jeder Idee sofort Hurra schreit. Aber ich höre gut zu. Und ich stehe zu meinem Wort. Wenn man von mir eine Zusage erhält, ist diese verbindlich. Das ist in meiner zukünftigen Rolle besonders wichtig. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssen wissen, was sie von mir erwarten können. Und sie müssen wissen, dass sie sich verlassen können.

Sie haben Potenziale angesprochen – welche sehen Sie bei uns?

Ich erlaube mir niemals ein vorschnelles Urteil. Als Vorstandsvorsitzender habe ich vor, erst mal in die Organisationen einzutauchen. Ich möchte die Geschäftsmodelle in der Tiefe verstehen, außerdem die Märkte und Kunden, und ich freue mich darauf, die Menschen kennenzulernen. Was ich aber mit Sicherheit sagen kann, ist, dass die Chancen ganz deutlich überwiegen. Wir sind ein kerngesundes Unternehmen mit großen Entwicklungsmöglichkeiten in viele Richtungen.



Was bedeutet „in die Organisation eintauchen“? Sie haben ja die Verantwortung für drei große Divisionen – die Doka, umdasch The Store Makers und Umdasch Group Ventures. Wie lässt sich das bewerkstelligen?

Ich bin ja nicht alleine. Mit Gerd Pechura unterstützt mich ein Finanzexperte, der die Umdasch Group seit vielen Jahren kennt wie seine Westentasche. Und ich habe ein Management-Team aus CEOs, mit dem ich mich in den vergangenen Monaten sehr intensiv getroffen habe. Wir haben gemeinsam eine Workshopreihe veranstaltet, in der wir die Eckpfeiler unserer Zusammenarbeit definiert haben. Die CEOs der Divisionen werden mit Gerd Pechura und mir einen engen Managementkreis bilden. Mit „Eintauchen“ ist also gemeint, dass wir in einem sehr vertrauten Miteinander mit offenen Karten spielen. Wir werden eine enge Zusammenarbeit pflegen und da soll kein Blatt dazwischen passen. Es geht überhaupt nicht darum, top-down die Divisionen zu managen, sondern sich die strategischen Positionen ins Management-Team zu holen. Mit einer Ausnahme: Die Geschäftsführung der Umdasch Group Ventures werde ich bis auf Weiteres selbst wahrnehmen. Bevor wir hier die aktuell offene CEO-Position fixieren, ist es mir wichtig, die Umdasch Group Ventures selbst besser kennenzulernen.

Warum gerade die Umdasch Group Ventures?

In der Vergangenheit wurde entschieden, die disruptiven Entwicklungen in einer eigenen Gesellschaft zu bündeln. Mit disruptiv sind solche Innovationen gemeint, die ein bestehendes Modell angreifen. Zum Beispiel die klassische Schalung oder dass Konsumenten irgendwann vielleicht nur mehr online einkaufen. Ich finde, die Entscheidung war mutig und richtig, dafür eine eigene Organisation zu etablieren. Nach vier Jahren am Markt ist es an der Zeit, sich Struktur, Märkte und Möglichkeiten der Umdasch Group Ventures genau anzusehen. Auch hier gilt: Ich möchte herausfinden, wo die Potenziale liegen und wo die Schwachstellen. Also: Sind wir auf dem richtigen Weg? Müssen wir eventuell nachjustieren? Sollten wir Schwerpunkte verlagern? Können die Experten ausreichend wirksam agieren? Die Eigentümer

sind bereit, hier zu investieren, und was wir ihnen im Gegenzug schuldig sind, ist, dass wir erstens genau hinschauen und zweitens unter Beweis stellen, dass der Geschäftsansatz der richtige ist.

Sie sprechen damit an, was Ihnen persönlich sehr wichtig ist: Innovation.

Ja, ohne Innovation keine Zukunft. Die Digitalisierung wird – übrigens in fast allen Branchen und Bereichen – häufig sehr oberflächlich eingesetzt. Das liegt weder am Können noch am Wollen. Das liegt daran, dass die Notwendigkeiten nicht richtig eingeschätzt und die Potenziale nicht ausreichend erkannt werden. In unseren beiden Kernbereichen – dem Bau und dem Handel – hinken die Margen denen vergleichbarer Industrien deutlich nach. Unser Job ist es, unsere Kunden erfolgreicher zu machen. Digitale Produkte und Services können das leisten. Die Digitalisierung ist also keine Spielerei, sondern mit ein Grund, warum Kunden sich für uns entscheiden: weil sie mit uns ihre Ziele besser und schneller erreichen können.

Ähnlich verhält es sich bei der Anwendung der Digitalisierung für uns selbst. Je effizienter wir unsere Prozesse gestalten, desto erfolgreicher werden wir sein. Der Zweck unseres Tuns ist der wirtschaftliche Erfolg. Die Digitalisierung ist uns dabei ein ganz wesentliches Werkzeug. Übrigens liegt das Thema auch Gerd Pechura sehr am Herzen. Er verantwortet diesen Bereich als CFO der Doka und hat die Digitalisierung dort weit entwickelt.



Sie sprechen die Digitalisierung als Ihr zu priorisierendes Thema an – welche gibt es da noch?

Ein weiteres, ganz wesentliches ist sicher das strategische Personalmanagement. Nicht nur wir hier abseits der großen Ballungszentren buhlen um die besten Köpfe. Überall ist das Finden, Entwickeln und langfristige Binden guter Leute eine der dringlichsten Aufgaben geworden. Was übrigens eines der größten Vorurteile der Digitalisierung widerlegt, nämlich dass die Menschen durch Roboter ersetzt werden und es keine Arbeit mehr geben wird. Das Gegenteil ist der Fall: Die Wirtschaft hat mehr Herausforderung denn je, passende und gut ausgebildete Leute zu finden. Zum strategischen Personalmanagement gehört auch, dass wir den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Entwicklungsmöglichkeiten bieten. Und Perspektiven. Ich wünsche mir zum Beispiel, dass ambitionierte Menschen innerhalb der Gruppe wechseln. Warum sollte nicht ein guter Vertriebsmitarbeiter der Doka auch ein hervorragender Projektmanager bei den Store Makers sein? So können die Leute ihr Aufgabenfeld verändern, das Unternehmen und sogar die Branche wechseln, ohne die Gruppe verlassen zu müssen.

Eine weitere Veränderung wird sein, dass wir zukünftig eine Gruppenstrategie haben werden, in die sich die Divisionsstrategien eng verzahnt integrieren werden. Es wird zentrale Bereiche geben wie etwa Kommunikation, Finanzen, Recht. Das begründet sich einerseits durch die Synergieeffekte, die dadurch erzielt werden. Andererseits müssen meiner Ansicht nach gewisse Bereiche zentral angesiedelt sein, um wesentliche Richtungsvorgaben der zukünftigen Gruppenstrategie sowie der Corporate Governance gut durch- und umsetzen zu können.

Wenn Sie in einem Satz den Auftrag der Eigentümer an Sie zusammenfassen, wie lautet der?

Natürlich haben beide mir auf den Weg mehr als nur einen Satz mitgegeben. Die Eigentümer haben klare Vorstellungen von ihrem Unternehmen in der Zukunft. Aber wenn ich es auf den Punkt bringen sollte, wäre es sicherlich die nachhaltige Weiterentwicklung der Gruppe, die sich aus profitablen Wachstum finanziert und dabei die Werte des Unternehmens weiterlebt.

Herr Dr. Litzlbauer, Sie sind als Jungmanager mit 29 Jahren nach Brasilien gegangen und waren dort fünf Jahre als Geschäftsführer für die Miba tätig. Was hat das mit Ihnen gemacht?

Als junge Führungskraft ins Ausland zu gehen, ist die beste Schule überhaupt. Und ganz besonders, wenn es sich dabei um Schwellenmärkte wie Brasilien oder China handelt. Dort stellt der Alltag jeden Tag neue Aufgaben, die zu lösen sind. Und das oft unter schwierigsten Bedingungen. Das prägt nicht nur den Charakter, das schärft auch den Blick fürs Wesentliche. Und es lehrt einen, dorthin zu greifen, wo es wirklich schief läuft und die Aufmerksamkeit besonders gefragt ist. Meist ist man dabei auch relativ auf sich alleine gestellt. Das führt ganz automatisch dazu, dass man schnell Verantwortung übernehmen muss – beruflich wie privat.

Stichwort Internationalität. Die Umdasch Group ist in etwa 70 Ländern auf 5 Kontinenten aktiv – wie geht das am besten? Mit der absoluten unternehmerischen Freiheit? Oder mit strengen Richtlinien und engen Reportings?

Weder noch – oder besser gesagt: sowohl als auch. Natürlich müssen gewisse Werte für die ganze Gruppe Gültigkeit haben. In Asien müssen dieselben Richtlinien gelten wie hier in Europa, etwa wenn es um Compliance oder Bilanzierungsvorschriften geht. Andererseits müssen wir im lokalen Kontext agieren und dortige Gegebenheiten berücksichtigen.

Ich habe in der Frage einen Lieblingsbegriff. Der lautet Lean Culture. Eine Lean Culture kombiniert die Prinzipien des Lean Managements mit den Werten eines Unternehmens. Ihre Merkmale sind das höchstmögliche Maß an Kundenzufriedenheit, Mitarbeiterengagement, Teamwork, Vertrauen sowie die ständige Verbesserung der Qualität unserer Produkte und unserer Arbeit. Gekennzeichnet ist die Lean Culture von dem Bestreben, egal wie gut eine Organisation bereits ist, sie kann immer noch besser werden. Ich möchte daher die Diskussion „enges Kennzahlenkorsett versus alle Freiheiten“ gerne auf diesen Nenner bringen: Lasst uns doch die Überzeugung leben, dass wir es immer noch besser machen können.

Was meinen Sie mit lokalem Kontext?

Damit meine ich, dass wir uns in einem höchstmöglichen Maß ans Lokalkolorit anpassen müssen. Regionale Kulturen und Gegebenheiten gut einzubinden, bedeutet einen erfolgskritischen Mehrwert. Dazu zählt die Forcierung eines lokalen Managements. Ein Manager, der den Markt in seiner Region und die dortigen Gepflogenheiten gut kennt, kann sicherlich mehr bewegen als einer, der die Geschäfte und Prozesse dort durch eine europäische Brille betrachtet. Wenn wir es schaffen, ein einheitliches Grundverständnis unserer Werte zu transferieren, dann ist das eine optimale Entwicklung. Da schließt sich auch der Kreis zu meiner Philosophie der Lean Culture.

Ganz grundsätzlich sehe ich als eine der großen zu bespielenden Flächen hinsichtlich Zukunftsfähigkeit das Thema Diversität. Monokulturen sind irgendwann wie Dinosaurier, die sich nicht mehr weiterentwickeln können. Das hat uns die Evolution tausendfach bewiesen. Davon können wir lernen. Unterschiedliche Menschen mit unterschiedlicher Herkunft und unterschiedlichen Erfahrungen, Fähigkeiten und Begabungen können uns in jeder Hinsicht bereichern. Ich würde mir außerdem deutlich mehr Frauen in Führungspositionen wünschen. Klar, das ist in einem technischen Unternehmen wie unserer Doka eine Herkulesaufgabe, weil noch immer viel zu wenig Frauen sich für einen Ingenieursberuf entscheiden. Das ist aber nur ein Argument und sicher kein Grund, es sich nicht zur Aufgabe zu machen, die Karrieren von Frauen zu fördern.



Wir haben einen Word-Rap mit Ihnen gemacht und Sie haben auf die Frage nach dem, was Sie ganz besonders an Ihrem Beruf mögen, die Vielfältigkeit der Aufgaben genannt. Was werden Sie als Erstes in Angriff nehmen, wenn Sie am 1. Juli morgens ins Büro kommen?

Ich habe mir vorgenommen, den ersten Tag ins Zeichen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu stellen. Ich würde gerne den Tag durch die Produktionshallen und Büros hier im Headquarter ziehen, Hallo sagen und mich vorstellen. Ich finde es wichtig, auch wenn der Konzern inzwischen sehr groß ist, persönlich präsent zu sein. Aber das war nicht die Frage, oder? Also: In den Workshops mit meinen Managementkollegen haben sich ein paar ganz klare Fokusthemen herauskristallisiert, die wir gemeinsam umgehend anpacken werden. Aber dazu gibt's mehr, wenn es so weit ist.

Danke für die Einblicke, Wolfgang Litzlbauer – alles Gute für den Start!

Die Stationen des Wolfgang Litzlbauer

Geboren 1969,
verheiratet, ein Sohn

Studium an der JKU Linz und der TU Graz
Promotion zum Doktor der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften
Insead Business School in Fontainebleau und Singapur

1994:
Eintritt in die Miba AG
als Assistent des Vorstands

1996:
Verkaufsleiter NAFTA,
Global Product Manager
Miba Gleitlager Aftermarket

1999:
Geschäftsführer Miba Sinter
Brasil, Brasilien

2004:
Berufung in den Vorstand
der Miba AG

2013:
Stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Miba AG,
CEO Miba Bearing-, Friction- und Coating Group

2017:
Mitglied des Aufsichtsrats der
Umdasch Group Ventures

2018:
Mitglied des Aufsichtsrats der
Doka und umdasch Store Makers

1. Juli 2021:
Vorsitzender des Vorstands der Umdasch Group AG

Das neue Management-Team

„Dieses Team steht dafür,
dass wir ambitionierte Ziele
zusammen verfolgen
und gemeinsam erreichen.“

Wolfgang Litzlbauer



Die Umdasch Group wurde in der Vergangenheit gerne und oft als Mischkonzern bezeichnet, in dem die Sparten vordergründig wenig gemeinsam haben. So unterscheiden sich Branchen, Geschäftsmodelle, Kunden und Märkte. Was jedoch eint: der Auftrag der Eigentümer zur nachhaltigen Weiterentwicklung der Gruppe durch profitables Wachstum. Das kann nur gemeinsam gehen.

Die strategische Holding wird dazu ihre Führungsrolle stärken und den Grad der gegenseitigen Involviertheit forcieren. Die operativen Einheiten werden in die Gruppenstrategie eingebunden, umgekehrt wird sich der Mutterkonzern aktiv an deren Steuerung beteiligen.

Ein wichtiger Schritt dazu ist die Etablierung eines Management Boards bestehend aus seinem Vorsitzenden Wolfgang Litzlbauer, Finanzchef Gerd Pechura sowie den CEOs von Doka und umdasch The Store Makers. In der Doka steht ebenfalls ein Managementwechsel bevor. Robert Hauser übernimmt mit 1. Juli 2021 die Position des CEO von Harald Ziebula, der in den Ruhestand tritt. Mit seiner neuen Rolle nimmt Robert Hauser auch seinen Platz im neu geschaffenen Management Board der Umdasch Group ein. Genauso wie Silvio Kirchmair, der die Runde komplettiert und die Store Makers vertritt.



Detailparameter zu den Nachhaltigkeitskennzahlen (KPIs) der Umdasch Group

1	GESAMTKAPITALRENTABILITÄT Umdasch Group weltweit	10	UNFALLQUOTE Doka: Doka Österreich, Production Unit Slowakei und Production Unit Russland umdasch The Store Makers: Produktionsstandorte Leibnitz, Hasendorf, Gleinstätten	13	COMPLIANCE RATE Umdasch Group weltweit
2	UMSATZRENTABILITÄT Umdasch Group weltweit	11	AUSGABEN FÜR GESELLSCHAFT UND SOZIALES Von der Umdasch Group AG getätigte Sponsorausgaben; nicht eingerechnet sind Sponsoraktivitäten der Tochter- und Vertriebsgesellschaften	14	TRANSPORTEFFIZIENZ Nur Doka; enthalten sind sämtliche Transporte ab Werk bis Zentrallager und/oder Niederlassung sowie von Zentrallager zu Niederlassung. Die Aus- und Rücklieferungen zum und vom Kunden werden aktuell noch nicht erfasst, ein entsprechendes Projekt ist in der Ausrollung.
3	EIGENKAPITALQUOTE Umdasch Group weltweit	12	FREIWILLIGE SOZIALLEISTUNGSQUOTE Enthalten sind freiwillige Sonderprämien für Arbeiter und Angestellte, Gesundheitsprogramm VITAL, Betriebsküche, Betriebliche Vorsorge, Unfallversicherungen, Auslandsversicherung, International SOS, Umdasch Nest, Werksgemeinschaft Umdasch, Werkwohnungen u. -häuser, Werksbusse, Buszubringerdienste, Jubiläen, Pensionsfeiern u. -geschenke, Ausbildungsbeihilfe	15	ERNEUERBARE ENERGIEN Doka HQ und Produktion Amstetten, St. Martin, Banska Bystrica, umdasch The Store Makers Leibnitz, Litomyšl, Neidenstein
4	INNOVATIONSRATE Umdasch Group weltweit		Lehrlinge, Lehrlingsexkursionen, Zeitungen/ Zeitschriften, Heizzulage, Arbeitskleidung, Weihnachtsgutscheine, Geburts- und Hochzeitsgeschenke, Zuschuss Betriebsratsfonds, Sozialfonds, Jahresausklangsfeier; Anzahl Mitarbeiter*innen in Österreich	16	ÖKOEFFIZIENTE INVESTITIONEN Umdasch Group weltweit
5	INNOVATIONSFREUDE Umdasch Group weltweit; enthält gänzlich oder anteilmäßig sämtliche Zentralbereiche für Innovation				
6	WEITEREMPFEHLUNGSRATE Ausrollung: Doka – 15 Länder umdasch The Store Makers – weltweit, außer Tschechien und Russland				
7	SERVICEQUOTE Sämtliche Service-, Dienstleistungs- und Mietumsätze Doka, umdasch The Store Makers, Umdasch Group Ventures				
8	WEITERBILDUNGSINTENSITÄT Umdasch Group weltweit				
9	GESUNDHEITSQUOTE Umdasch Group Österreich				

Impressum

Herausgeber
Umdasch Group AG

Anschrift
Josef Umdasch Platz 1
3300 Amstetten, Österreich

Kontaktdaten
Telefon: +43 7472 605-0
info@umdaschgroup.com
www.umdaschgroup.com

www.doka.com
www.umdasch.com
www.umdaschgroup-ventures.com

Fotos
Alle nicht explizit gekennzeichneten Bilder:
© Umdasch Group

Porträts
Paul Bauer, www.photo.paulbauer.net

Design
seite zwei, www.seitezwei.com

Papier
PERGRAPHICA® Classic Rough
Hergestellt in Österreich

