

# Exklusives bvik-Interview

Augsburg, 15. November 2016

## **Ansprechpartner**

Bundesverband Industrie Kommunikation e.V.  
Tanja Auernhamer  
Leitung der Geschäftsstelle  
Am Mittleren Moos 48  
Telefon: 0821/650537-0  
E-Mail: [geschaeftsstelle@bvik.org](mailto:geschaeftsstelle@bvik.org)  
Internet: [www.bvik.org](http://www.bvik.org)

## **Nachhaltigkeit als wichtiger Wertschöpfungsfaktor im B2B**

*Interview mit Dr. H. Werner Utz, Vorsitzender des  
Aufsichtsrats der Uzin Utz AG*

Das Thema Nachhaltigkeit ist heutzutage besonders im B2B-Bereich in aller Munde. Selten sind damit jedoch konkrete Zahlen verbunden. Worte wie „nachhaltig“ und „grün“ beschränken sich eher auf qualitative Aussagen, die viele Interpretationsmöglichkeiten zulassen. Da dieses Thema so brisant ist, veranstaltet der Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik) am 8. Dezember bei seinem Mitglied Uzin Utz in Ulm eine Veranstaltung zum Thema „Nachhaltigkeit als Unternehmensstrategie und Umsetzung von CSR im B2B-Marketing“. Bei der Uzin Utz AG spielt Nachhaltigkeit seit jeher eine große Rolle und ist Teil der Unternehmensphilosophie. Uzin Utz legt viel Wert darauf, Nachhaltigkeit mit konkreten, überprüfbaren Zahlen zu belegen. Das Unternehmen, weltweit agierender Komplettanbieter für Bodensysteme, nimmt sich mit seinem Nachhaltigkeitsengagement in die unternehmerische Verantwortung gegenüber Kunden, Mitarbeitern, Branche, Gesellschaft und Umwelt. Im Vorfeld der Veranstaltung hatte der bvik die Möglichkeit, exklusiv mit Dr. H. Werner

Utz, Vorsitzender des Aufsichtsrats der Uzin Utz AG, über das Thema Nachhaltigkeit zu sprechen.

**Herr Dr. Utz, Sie hatten schon sehr früh die Vision, die Uzin Utz AG zum Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit zu machen. Was war der Anstoß dazu?**

**Dr. H. Werner Utz** Nachhaltiges Handeln heißt – heute und zukünftig – verantwortungsvoll zu handeln. Dieser Leitgedanke ist seit jeher in unserer Unternehmenskultur verwurzelt. Bereits Anfang der 80er Jahre, als gerade in der Baubranche noch viele lösemittelhaltigen Klebstoffe eingesetzt wurden, hat sich Uzin Utz schon mit der Umweltverträglichkeit der Produkte beschäftigt. Trotz zunächst fehlender Marktakzeptanz haben wir unsere Überzeugungen verfolgt und bereits 1987 als Vorreiter in der Branche erfolgreich den ersten lösemittelfreien Klebstoff auf den Markt gebracht. 1998 führten wir ein integriertes Managementsystem nach ISO 14001 und ISO 9001 ein. Unsere Vorreiterrolle untermauern zudem die Entwicklung und Produktion sehr emissionsarmer Verlegewerkstoffe. Ende der 90er Jahre waren wir als Gründungsmitglied der GEV (Gemeinschaft emissionskontrollierte Verlegewerkstoffe) an der Entwicklung des branchenbekannten Emissionssiegels EMICODE beteiligt. So hat die Maxime, sichere, qualitativ hochwertige, gesunde und ökologische Produkte zu entwickeln, bis heute nicht an Aktualität verloren. Im Gegenteil, das erhöhte Umweltbewusstsein, das sich auch bei weiten Teilen der Bevölkerung ausgeprägt hat, rückt jetzt diese Facette unserer Unternehmensstrategie noch mehr in den Mittelpunkt. Konsequenterweise haben wir 2011 die letzten

lösemittelhaltigen Produkte aus dem Portfolio gestrichen. Seit 2010 beschäftigen wir uns überdies mit den Ökobilanzen unserer Produkte und haben erste Umweltproduktdeklarationen erarbeitet. Das Besondere daran ist, dass wir uns das Know-how dazu selbstständig erarbeitet haben und keine externen Dienstleister benötigen.

**Nachhaltigkeit und CSR (Corporate Social Responsibility) sind heute Schlagworte, vor denen sich kein Unternehmen mehr verschließen kann. Wie integrieren Sie soziale und ökologische Aspekte bei Uzin Utz?**

**Dr. H. Werner Utz** Unternehmerische Verantwortung im Sinne von Corporate Social Responsibility (CSR) umfasst bei uns neben der Entwicklung von ökologischen und wohngesunden Produkten und betrieblichem Umweltschutz die gesamte Wertschöpfungskette. So intensivieren wir aktuell unsere Anstrengungen im Lieferantenmanagement und erarbeiten einen Verhaltenscodex für unsere Lieferanten. Mit dieser freiwilligen Selbstverpflichtung bekennen sich auch unsere Lieferanten zu Umwelt- und Arbeitsschutzthemen. Darüber hinaus spielt unsere Verantwortung gegenüber den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, der Branche und der Gesellschaft eine bedeutende Rolle. Der Erfolg beruht auf den engagierten und qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Daher bemühen wir uns selbstverständlich auch sehr um das Wohlergehen der Belegschaft. Sichere Arbeitsplätze, Ausbildung von Nachwuchskräften und möglichst keine betriebsbedingten Kündigungen sind nur ein Teil unseres

Engagements. Mit dem internen Seminarprogramm „Horizonte“ werden eine Vielzahl an Seminaren und Weiterbildungsmöglichkeiten angeboten. Die Förderung der Gesundheit erfolgt u.a. durch Gesundheitstage oder Sportkurse. Dem demografischen Wandel begegnet Uzin Utz mit altersgerechten und flexiblen Arbeitszeitmodellen. Die Work-Life-Balance unserer Mitarbeiter wird durch vielfältige Arbeitszeitmodelle begründet. Die Unterstützung unseres regionalen Umfelds mit Spenden oder gerade auch durch Kooperationen mit Schulen, Hochschulen, Vereinen und weiteren Organisationen sind ebenfalls eine Selbstverständlichkeit.

### **Wie machen Sie Ihre Nachhaltigkeit messbar?**

**Dr. H. Werner Utz** Im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit helfen uns Kennzahlen beispielsweise aus Umfragen zur Mitarbeiterzufriedenheit. Bei der produktbezogenen Nachhaltigkeit tun wir dies – übrigens als erstes Unternehmen der Branche – mit sogenannten Umweltproduktdeklarationen, oder kurz „EPD“ – aus dem Englischen: Environmental Product Declaration. Ökobilanzinformationen unterstützen uns bei der Entwicklung von Produkten, denn für uns ist es nicht nur wichtig, die Zahlen zu kennen, sondern die Umweltwirkungen zu verbessern.

**Vor einigen Wochen hat das Unternehmen die „WIN-Charta“ der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN) des Landes Baden-Württemberg unterzeichnet und ein Zielkonzept vorgelegt. Die von der Landesregierung und Unternehmen veröffentlichte Charta will**

**Nachhaltigkeit zu einem Markenzeichen der baden-württembergischen Wirtschaft machen. Warum war dies für Sie so wichtig?**

**Dr. H. Werner Utz** Mit der WIN-Charta unterstreichen wir unsere Verbundenheit mit der Region und unterstreichen unseren Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung. Die Unterzeichnung ergänzt die Prinzipien unserer Unternehmenskultur, denn nur wer nachhaltig und ethisch handelt, ist auch dauerhaft wirtschaftlich erfolgreich. Mit insgesamt zwölf Leitsätzen bekennen wir uns zum nachhaltigen Wirtschaften und konzentrieren uns dabei im kommenden Jahr auf drei Schwerpunkte: Die Sicherung des langfristigen Unternehmenserfolgs, die Verantwortung für eine nachhaltige Produktentwicklung sowie das Wohl und die Förderung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

**Seit einem Jahr ist die Uzin Utz AG Mitglied im Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik), dessen Mission die Professionalisierung des B2B-Marketings ist. Inwieweit ist Ihrer Meinung nach „grün denken und handeln“ und dies auch ganz deutlich nach außen zu tragen, Bestandteil eines professionellen Marketings im B2B-Bereich?**

**Dr. H. Werner Utz** Nachhaltigkeit bei Produkten und Dienstleistungen heißt nicht nur Ökologie, Gesundheitsverträglichkeit und Qualität, sondern vor allem Innovation. Unsere Fachexpertise ist einer der relevanten Faktoren im Bereich B2B-Marketing, gefolgt von einer stark vertriebsorientierten Unternehmensführung und einem ehrlichen Dialog mit unseren Kunden. Unsere Kunden sind professionelle Verarbeiter sowie Architekten, Planer und

Entscheider. Angepasst an diese Kundengruppen setzen wir auf verschiedene Maßnahmen zur Förderung deren ökologischen Verhaltens. Architekten und Planer unterstützen wir in Form von Schulungen und Gesprächen rund um die Themen Nachhaltiges Bauen und EPDs durch unser Key Account Management. In diesem Zuge wurde der „Leitfaden Bauprodukte in der DGNB-Zertifizierung“ mitgesponsort. Das Handwerk wird ebenfalls in Form von Schulungen und Seminaren über ökologische Themen informiert. Für uns ein deutliches Differenzierungsmerkmal gegenüber dem Wettbewerb.

**Was denken Sie, welchen Beitrag kann ein Netzwerk wie der bvik leisten, um die Nachhaltigkeit in B2B-Unternehmen gezielt zu verankern?**

**Dr. H. Werner Utz** Die Veranstaltungen des bvik bieten eine perfekte Plattform für einen wertvollen Erfahrungsaustausch, um Aufmerksamkeit zu erzeugen und andere Unternehmen auf die Möglichkeiten einer nachhaltigen Unternehmensführung aufmerksam zu machen. Austausch, Wissensvermittlung und Dialog stehen im Mittelpunkt des Netzwerks und bieten in jeder Hinsicht einen großen Mehrwert.

Zur Veranstaltung

Bei der bvik-Veranstaltung am 8. Dezember wird der bvik-Vorstandsvorsitzende Kai Halter, Director Marketing bei ebm-papst Mulfingen GmbH & Co. KG, einen Vortrag mit dem Titel „GreenTech nur grüne Farbe oder nachhaltige Philosophie?“ halten und vorstellen, wie Nachhaltigkeit in seinem Unternehmen ebm-papst Mulfingen, gelebt wird.

„Unser grüner Punkt GreenTech ist omnipräsentes Aushängeschild unserer grünen Unternehmensphilosophie. Daher freuen wir uns sehr, das Thema Nachhaltigkeit und CSR bei unserem Mitglied Uzin Utz so prominent unseren Mitgliedern und interessierten B2B-Marketern präsentieren zu können“, erklärt Halter. Der bvik-Vorstandsvorsitzende ist davon überzeugt, dass nachhaltiges Denken in Zukunft noch mehr an Bedeutung gewinnen wird: „In Zukunft werden B2B-Unternehmen nicht mehr daran vorbeikommen `grün zu handeln`, denn Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Wertschöpfungsfaktor, der einen Beitrag zur Kundengewinnung und -bindung leistet.“

**Anmeldungen zur Veranstaltung sind noch möglich!**

**Weitere Informationen finden Sie unter [www.bvik.org](http://www.bvik.org).**

Bildmaterial zur Pressemitteilung finden Sie unter  
[http://intern.bvik.org/download/PM\\_15\\_11\\_2016.zip](http://intern.bvik.org/download/PM_15_11_2016.zip)

Die Bilder sind kostenfrei für redaktionelle Zwecke  
verwendbar unter Angabe der jeweiligen Quelle.

Bild 1: Dr. H. Werner Utz, Vorsitzender des Aufsichtsrats  
der Uzin Utz AG – Quelle: Uzin Utz AG

Bild 2: Uzin Utz setzte den Nachhaltigkeitsgedanken beim  
Bau der "grünsten Fabrik der Niederlande" eindrucksvoll  
um. Die Produktionsstätte wurde 2014 eingeweiht und  
erzielt aufgrund ihrer Bauweise hohe Aufmerksamkeit. –  
Quelle: Uzin Utz AG

Bild 3: Kai Halter, bvik-Vorstandsvorsitzender und Director Marketing, ebm-papst Mulfingen GmbH und Co. KG –  
Quelle: setphoto Thomas R. Schumann

Pressematerialien des Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik) finden Sie auch unter  
[www.bvik.org/cms/website.php?id=/de/presse.htm](http://www.bvik.org/cms/website.php?id=/de/presse.htm)

**Bundesverband Industrie Kommunikation e.V.**

Der Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik) wurde 2010 gegründet und ist eine unabhängige Organisation für Marketing-Verantwortliche der Industrie und Profis der B2B-Kommunikationsbranche. Der Verband hat es sich zum Ziel gesetzt, die Zusammenarbeit zwischen Industrieunternehmen und Kommunikationsdienstleistern zu fördern, zu verbessern und zu professionalisieren. Er bietet seinen Mitgliedern eine Plattform für Austausch, Wissensvermittlung und Dialog.