

Von drängenden gesellschaftlichen Fragen, einem sensiblen Ökosystem und einer launischen Zukunft. Und der Art und Weise, wie wir dem begegnen.

Outside-Integrierter  
Geschäftsbericht  
2021

Integrierter  
Geschäftsbericht  
2021



# Inhalt

04	Vorwort
10	Das Management Board im Interview
14	Unsere Vorstellung von Nachhaltigkeit
18	Das Organigramm

# Inhalt

20	Unsere Finanzen	Wie externe Faktoren die Ergebnissituation von Unternehmen beeinflussen
56	Unsere Visionen	Innovation befähigt uns, brennende globale Herausforderungen zu lösen
72	Unsere Produkte	Neue Methoden und smarte Technologien befeuern die großen globalen Megatrends
112	Unsere Menschen	Ein neuer Anspruch an den Arbeitsplatz eröffnet jede Menge Chancen
128	Unsere Partner	Netzwerke schaffen Verbindungen – und genauso viele Bezugspunkte
146	Unsere Umwelt	Nachhaltigkeit bedeutet, Geld nachhaltig zu verdienen, anstatt es nur nachhaltig auszugeben

# „Wir leben in einer VUKA\*-Welt. Das ist eine Tatsache, und wir lernen gerade, sie zu meistern.“

Wolfgang Litzlbauer  
im Global Management Talk, Februar 2022,  
\*VUKA: Volatil, Unsicher, Komplex, Ambivalent

Liebe Leserinnen, liebe Leser!

Dieser Geschäftsbericht ist mein erster als Vorstandsvorsitzender der Umdasch Group. Er gilt als Leitmedium unseres Unternehmens, und mir ist es daher ein besonderes Anliegen, dass er ausdrückt, wie ich diese Rolle wahrnehmen möchte: voll des Respekts gegenüber einer großen, erfolgreichen Unternehmensgeschichte und ihrer Werte. Gleichzeitig weltoffen und bereit, die Gruppe profitabel und nachhaltig in die nächste Generation zu führen.

Dazu braucht es vor allem ein gutes Team, das partizipativ und ergebnisorientiert arbeitet. Es braucht eine Kultur, die mit Freude an Herausforderungen herangeht und bereit ist, die Extra-Meile im Sinne zufriedener Kunden zu gehen. Und es braucht das Verstehen einer Welt, die eines ganz bestimmt nicht tut: ihren gewohnten Gang nehmen.

„Outside-In“ ist daher mehr als ein Berichtstitel. „Outside“ steht für die starken geo- und gesellschaftspolitischen Einflüsse, die die Geschehnisse dieser Welt prägen. Aber auch für drängende ökologische Fragestellungen. Und nicht zuletzt steht „Outside“ für die Anforderungen unserer Kunden. Ein neuer, neo-ökologischer Anspruch an die globale Wirtschaft eröffnet eine Vielzahl an Chancen. Ein ganz aktuelles Beispiel ist die Situation bei Rohstoffen und die damit verbundene Notwendigkeit nach einer innovativen Kreislaufwirtschaft. „In“ steht dafür, wie wir diese Ansprüche in Form innovativer Produkte, Lösungen und Dienstleistungen in Nutzen und Mehrwert für unsere Kunden übersetzen.

Dieser Bericht widmet sich dem, indem er sich allen darin dargestellten Inhalten aus einer Außenperspektive nähert, auf die unsere Projekte und Initiativen mögliche Antworten bieten.



## 2021 – herausfordernd, aber gut

Es war kein einfaches Jahr. Nicht für die Wirtschaft und auch nicht für die Weltgemeinschaft, die mit der Bewältigung einer globalen Gesundheitskrise und ihrer Folgen noch immer schwer zu kämpfen hat. Getrieben durch eine sehr starke Nachfrage konnte die Weltwirtschaft im Vergleich zum Jahr 2020 dennoch ein Wachstum von 5,9 % erzielen. Daran konnte die Umdasch Group überproportional partizipieren: Im Vergleich zum Umsatz 2020 (1,411 Mrd. €) ist die Gruppe in 2021 um 9,1 % auf 1,539 Mrd. € gewachsen, was uns insgesamt sogar über Vorkrisenniveau reüssieren lässt. Auch die Ergebniskennzahlen zeigen eine Steigerung und somit Verbesserung zu den Vorjahren.

Hinsichtlich der finanziellen Betrachtung der Unternehmenssituation genießt die Eigenkapitalquote als beurteilende Größe einen besonderen Stellenwert. Als Gradmesser für Stabilität und Kontinuität bestätigt sie die Nachhaltigkeit unseres Geschäftsgebarens. Darüber hinaus ist sie ein Garant für Liquidität und somit für ein selbstbestimmtes und unabhängiges Agieren am Markt.

## 2021 – neue Gruppenstruktur als Basis

Im 2. Halbjahr 2021 erfolgte die Umsetzung einer neuen Gruppenstruktur mit dem Ziel, dass die drei Divisionen Doka, umdasch The Store Makers und Umdasch Group Ventures zukünftig deutlich enger als zuvor zusammenrücken und auch viel stärker zusammenarbeiten. Die dafür nötigen Strukturen und Prozesse wurden im Vorjahr erfolgreich aufgesetzt. Steuerorgan und Herzstück der neuen Struktur ist das Umdasch Group Management Board, das neben dem Zweier-Vorstand auch die CEOs der Divisionen miteinschließt.

„Ziel der neuen Gruppenstruktur ist es, sämtliche Kräfte zu bündeln, Ressourcen zu nutzen und Know-how zu teilen.“

Davon profitieren unsere Kunden, etwa in Form von gemeinsamen Innovationen wie SiteLight (Anm. Red.: Seite 74). Davon profitieren auch unsere Mitarbeiter\*innen, denen zukünftig sämtliche Entwicklungsmöglichkeiten, die ein Unternehmensverbund bietet, offenstehen. Und es profitieren die Divisionen, die sich durch eine klare, gemeinsame Strategie auf ihr Kerngeschäft fokussieren, dieses stärken und ausbauen können.

## 2022 – die neue strategische Richtung

Parallel zur Struktur wurde mit der Entwicklung einer gemeinsamen Gruppenstrategie begonnen. Sie zielt einerseits auf die Sicherung und Stärkung des Stammgeschäfts ab, wird im Sinne unserer Mission „Wir schaffen Räume“ aber auch Ausgangsbasis und Sprungbrett gänzlich neuer Geschäftsmodelle sein.

Sowohl das Bestands- als auch das Neugeschäft haben ein großes Zielbild zum Inhalt: den Lebenszyklus eines Bauprojekts. Von der Entwicklung, über Planung, Bau, den laufenden Betrieb, Sanierung bis hin zu Rückbau und Recycling will die Umdasch Group mit ihren Unternehmen zukünftig in jeder Lifecycle-Phase der beste Partner für ihre Kunden sein.



Ich freue mich darauf, diesen Weg mit Ihnen – geschätzte Kunden, Partner und nicht zuletzt unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern – gemeinsam zu gehen.

## Technologie und Nachhaltigkeit als Wachstumstreiber

Inhaltlich basiert die Unternehmensstrategie auf zwei wesentlichen Säulen. Dazu zählt die Digitalisierung, die sowohl in der Bauindustrie als auch im Handel in den kommenden Jahren entscheidende Impulse für mehr Effizienz, gesteigerte Produktivität und die Erschließung gänzlich neuer Geschäftsfelder leisten wird. Für uns selbst, aber in erster Linie auch für unsere Kunden.

Darüber hinaus werden wir die Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt unserer unternehmerischen Tätigkeit rücken. Längst reicht es nicht mehr, CO<sub>2</sub> „nur“ einzusparen. Wir verstehen die Notwendigkeit, der Atmosphäre schädliche Treibhausgase wieder zu entziehen, als unternehmerische Chance. Technologien, die sich dem widmen, werden unser Produkt- und Leistungsportfolio entlang des Bau-Lebenszyklus zukünftig ergänzen.

Sie sehen, liebe Leserinnen und Leser, wir haben einiges vor. Wir werden auf unseren Stärken aufbauen, gemeinsam und Schritt für Schritt am nachhaltigen, profitablen Wachstum der Unternehmensgruppe arbeiten.

Ihr Dr. Wolfgang Litzlbauer  
Vorsitzender des Vorstands der  
Umdasch Group AG

KPI 1

# Eigen- kapitalquote



# 59,7 %



# „Gemeinsam“ beginnt bei uns



Vorstandsvorsitzender  
Wolfgang Litzlbauer  
(WL)

Das Management Board  
im Interview

Was bedeutet  
gemeinsam in eurer  
Zusammenarbeit?

**WL:** Mein Team kennt das schon, weil ich das häufig zitiere – für mich geht es um das WIR-Gefühl. Darum, ein vertrauensvolles Klima zu schaffen, in dem jede und jeder sich entfalten kann. Ein Klima, in dem Erfolg sich nicht verstecken muss und Leistung anerkannt und goutiert wird. Eine offene Kultur, die nicht von der Fehler-Vermeidung dominiert wird, sondern von Innovation und Experimentierfreudigkeit.

**GP:** „Offen“ ist ein gutes Stichwort. Offen auch, wenn Feedback mal konträr ist. Dazu braucht es eine gewisse Konfliktresistenz, denn gemeinsam heißt nicht permanentes Ja-Sagen, sondern auch diskutieren. Aber immer auf Augenhöhe und mit Respekt.

**RH:** Unser Gemeinsam hat auch Vorbildcharakter. Die Art und Weise, wie wir zusammenarbeiten und miteinander umgehen, färbt auf die gesamte Organisation ab. Man merkt schon an Kleinigkeiten, wie stark Gemeinsam beginnt also bei uns.

**SWK:** Für die Store Makers ist Kreativität ganz essenziell im Geschäftsprozess. Sie entsteht primär in Identität stiftendem Umfeld. Und so erlebe ich auch uns vier in der Zusammenarbeit. In unseren Management Board Meetings ist schon vieles „from scratch“ entstanden.

Eure ersten Erfolge

als Team?

**WL:** Unsere gemeinsame Strategie. Sie ist primär im Haus entstanden, in einem gemeinsamen Prozess mit unseren Fachabteilungen. Da ich zu der Zeit noch sehr neu in der Position war, habe ich durch das gemeinsame Arbeiten erst erfahren, wie viel Know-how es in diesem Unternehmen eigentlich gibt. Die Strategie fokussiert, bündelt und manifestiert dieses Expertenwissen, damit es volle Wirkung entfalten kann.

**RH:** Ich würde auch noch unsere Kultur-Initiative nennen. Wir haben uns für einen Ansatz entschieden, der nicht top-down, sondern direkt aus der Belegschaft heraus initiiert wird. Obwohl es immer noch Unsicherheiten gibt und wir den Ausgang noch gar nicht kennen, würde ich den Prozess als gelungen bezeichnen. Er ist divers gestaltet, kollaborativ, partizipativ und holt Talente auf die Bühne, die ohne diesen Bottom-up-Ansatz schwer sichtbar würden. Das ist ein Erfolg.

Stichwort „Strategie“ –  
worin liegt  
das Besondere?

**GP:** Für mich klar in der Fokussierung. In der heutigen Zeit läuft man sehr schnell Gefahr, sich zu verzetteln. Die Welt ist voller Möglichkeiten und vermeintlicher Chancen. Und gerade da braucht es die Konzentration – den roten Faden, der der gesamten Organisation sagt: Hier ist unser Spielfeld, auf dem wir uns frei bewegen. Aber genauso: Hier spielen wir nicht mit.

**RH:** In der Stärkung des Stammgeschäfts. Für die Doka bedeutet das Schalung und dazuzählende neue Technologien. Im letzten Jahr haben wir dieses Kerngeschäft um Gerüste erweitert. Die Reaktion des Marktes ist sehr gut. Wir werden Gerüste also als zweites Standbein unseres Stammgeschäfts forcieren.

**WL:** Gutes Beispiel. Unsere Gerüstemarke ATPAC Doka spricht im Lifecycle ganz neue Zielgruppen an. Gerd und sein Team haben hier sowohl in der Akquisition als auch der Integration einen tollen Job gemacht. Und sie tun das auch in der Weiterentwicklung dieser Beteiligung, die wir 2022 ausbauen werden. Über die Kernbereiche hinaus sieht die Strategie entsprechendes Neugeschäft vor. Ein ganz wesentlicher Wertbeitrag zu unserem Wachstum werden neue Geschäftsmodelle sein. Die Umdasch Group Ventures wird dazu einen entscheidenden Beitrag leisten. Sämtliche neue Technologien abseits des Stammgeschäfts, inklusive der disruptiven Entwicklungen, werden in unserem Innovation-Hub stattfinden, werden akquiriert oder entwickelt und zur Marktreife gebracht werden.

**SWK:** Was ich jedenfalls als große Chance für die Gruppe und damit verbunden für die einzelnen Divisionen sehe, ist die Zusammenführung von Querschnittsaufgaben. Etwa die Führungskräfteentwicklung, die Digitalisierungsstrategie, die Verfolgung der Nachhaltigkeitsziele und gemeinsame Wachstumsinitiativen, um einige wesentlichste Beispiele zu nennen.



Vorstand, CFO  
Gerd Pechura  
(GP)

Wie werden unsere Kunden merken, dass wir ein Unternehmen sind – und nicht drei?



CEO umdasch Store Makers  
Silvio W. Kirchmair  
(SWK)

Und unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – was ist für sie drin?

**SWK:** Für die wird es besonders spannend. Überlegen wir mal, dass sie oder er innerhalb der Gruppe nicht nur den Job wechseln kann, sondern auch die Branche – ohne das Unternehmen wechseln zu müssen. Wir haben schon erste erfolgreiche Beispiele in den letzten Monaten.

**GP:** Ich denke, das wird auch im Wettbewerb um zukünftige Arbeitskräfte ein Argument. Vor allem die vielen Entwicklungsmöglichkeiten – für junge, ambitionierte Leute genauso wie für Erfahrene. Unsere Strategie ist eine Wachstumsstrategie. Jede und jeder, die oder der sich einbringen möchte, ist herzlich dazu eingeladen, mitzugestalten. Die Globalität unserer Gruppe eröffnet viele Möglichkeiten, zum Beispiel auch ein Engagement im Ausland.

**WL:** Unsere Kunden werden ganz besonders davon profitieren, dass wir zukünftig ihr Projekt als Ganzes im Blick haben und nicht nur einzelne Ausschnitte daraus. Etwa wenn wir bereits ganz am Anfang des Lebenszyklus, wenn ein Gebäude in der Entwicklungsphase ist, den energie- und kosteneffizienten laufenden Betrieb skizzieren. Oder noch weiter gedacht: Wenn wir bereits zu dem frühen Zeitpunkt den Rückbau und die Entsorgung der Baustoffe am Radar haben, dann wird schnell klar, welchen Nutzen das für die Kunden bringt.

CEO Doka  
Robert Hauser  
(RH)



Apropos Globalität. Hat die vor dem Hintergrund der aktuellen politischen Ereignisse überhaupt eine Zukunft?

**WL:** Absolut. Aber ich verstehe die Frage. Viele glauben nicht mehr an ein Miteinander ohne Grenzen. Oder an ein friedliches Zusammenleben von Generationen, Völkern und Religionen. An einen freien und uneingeschränkten Personen- und Warenverkehr. Das ist angesichts der vielen enttäuschenden und besorgniserregenden Ereignisse, mit denen wir in den letzten Jahren und aktuell ganz besonders konfrontiert sind, verständlich. Auf dem Weg zu einer freien und im Denken und Handeln grenzenlosen Gesellschaft gibt es viele Hürden und auch große Rückschläge, die eine Gesellschaft einstecken muss. Umso mehr müssen wir für das bereits Errungene einstehen.

**RH:** Für mich kommt in dieser Frage auch der Outside-In-Gedanke zum Tragen. Politisch oder religiös motivierte Konflikte, wie wir sie leider auf der ganzen Welt erleben, sind für Unternehmen ein Faktum. Aber wir können innerhalb unserer Einflussosphäre darauf reagieren und tun, was wir für nötig und angebracht halten. Etwa dass wir unsere Mitarbeiter\*innen und ihre Angehörigen aus der Gefahrenzone und somit außer Landes bringen und sie dabei unterstützen, dort Fuß zu fassen. Das hat viel mit sozialer Verantwortung zu tun. Und mit unserem Verständnis von nachhaltigem Unternehmertum.

**WL:** Im Sinne dieser Nachhaltigkeit werden wir jedenfalls an der großen, globalen Idee festhalten. Viele Märkte stehen noch ganz am Anfang ihrer Entwicklung. Unsere Innovationen können dazu beitragen, den Fortschritt für die Menschen dort zu ermöglichen und zu beschleunigen. Etwa wenn es um leistbares Wohnen geht, um ausgebaute Infrastruktur, um saubere Energie oder um den Bau von Schulen und Gesundheitseinrichtungen. Unsere Mission ist es, Räume zu schaffen und damit Entwicklung zu fördern. Das werden wir mit aller Kraft verfolgen und vorantreiben.

# Unsere Vorstellung von Nachhaltigkeit?

## Outside-In – oder gar nicht!

Wir betrachten Nachhaltigkeit nicht als Projekt, nicht als Bereichsverantwortung und auch nicht als isoliertes ökosoziales Paradies innerhalb westlich geprägter Komfortzonen.

Nachhaltigkeit bedeutet für uns, überall dort tätig zu werden, wo die Möglichkeiten neuer Technologien und Methoden auf die Notwendigkeiten einer längst über ihre Belastungsgrenzen strapazierten Umwelt und Gesellschaft integrative Antworten finden. Definiert werden diese Notwendigkeiten von der Weltgemeinschaft, die mit den 17 UN Sustainable Development Goals (SDGs) auf ein breites Spektrum an globalen Aufgabenstellungen abzielt. 2018 hat die Umdasch Group sich ihnen angeschlossen.

### Sustainable Development Goals (SDGs)



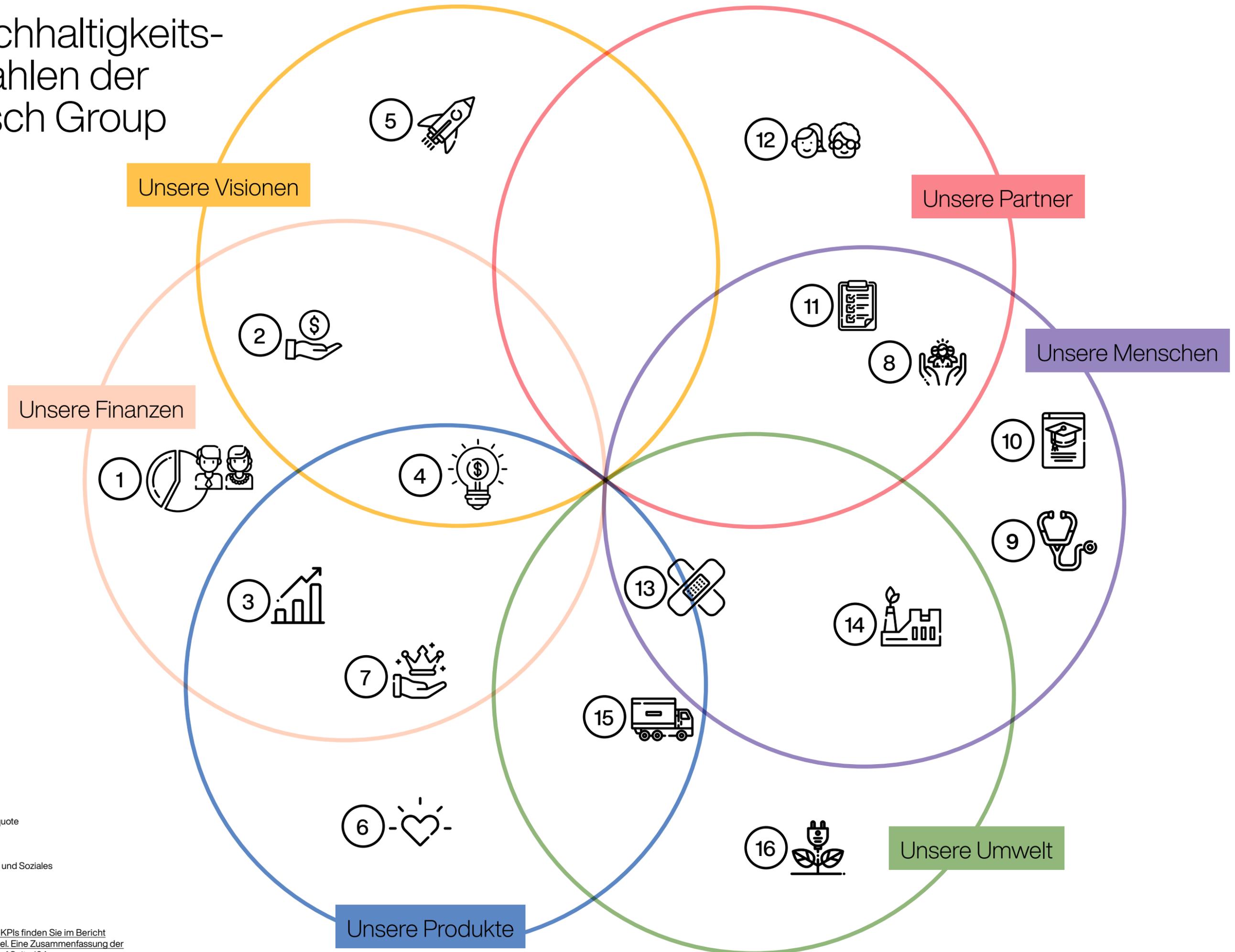
2015 einigten sich die UN-Mitgliedsstaaten auf 17 globale Ziele – die Sustainable Development Goals, kurz SDGs. Mit ihnen wird ein breites Spektrum an Nachhaltigkeitsthemen wie die Bekämpfung der Armut, die Bereitstellung von Bildung und Gesundheit, wirtschaftliche und gesellschaftliche Zukunftsfähigkeit sowie Klima- und Umweltschutz abgedeckt. Wir haben uns verpflichtet, die integrierte Geschäftsstrategie der Umdasch Group mit diesen Zielen aktiv zu verbinden.

Seither wenden wir die SDGs inhaltlich auf unsere wesentlichen Prozesse und Projekte an.

Sie dienen uns als Leitfaden und garantieren, dass wir nicht an den globalen Bedürfnissen und Anforderungen vorbei arbeiten, sondern uns mit unseren Produkten und Dienstleistungen aktiv an deren Lösung beteiligen.

Im Vorjahresbericht haben wir an der Stelle 16 Kennzahlen präsentiert, die den Erfolg unserer diesbezüglichen Anstrengungen messen. Im Sinne ökonomischer, ökologischer und sozialer Verantwortung wollen wir unsere Entwicklung transparent mit Ihnen, unseren Stakeholdern, teilen. Sie finden die Kennzahlen integriert in den Bericht. Und zwar genau an den Stellen, die in Form von Geschichten erzählen, wie wir deren Entwicklung positiv beeinflussen wollen.

# Die Nachhaltigkeits-Kennzahlen der Umdasch Group



Unsere Finanzen

Unsere Visionen

Unsere Partner

Unsere Menschen

Unsere Umwelt

Unsere Produkte

KPIs

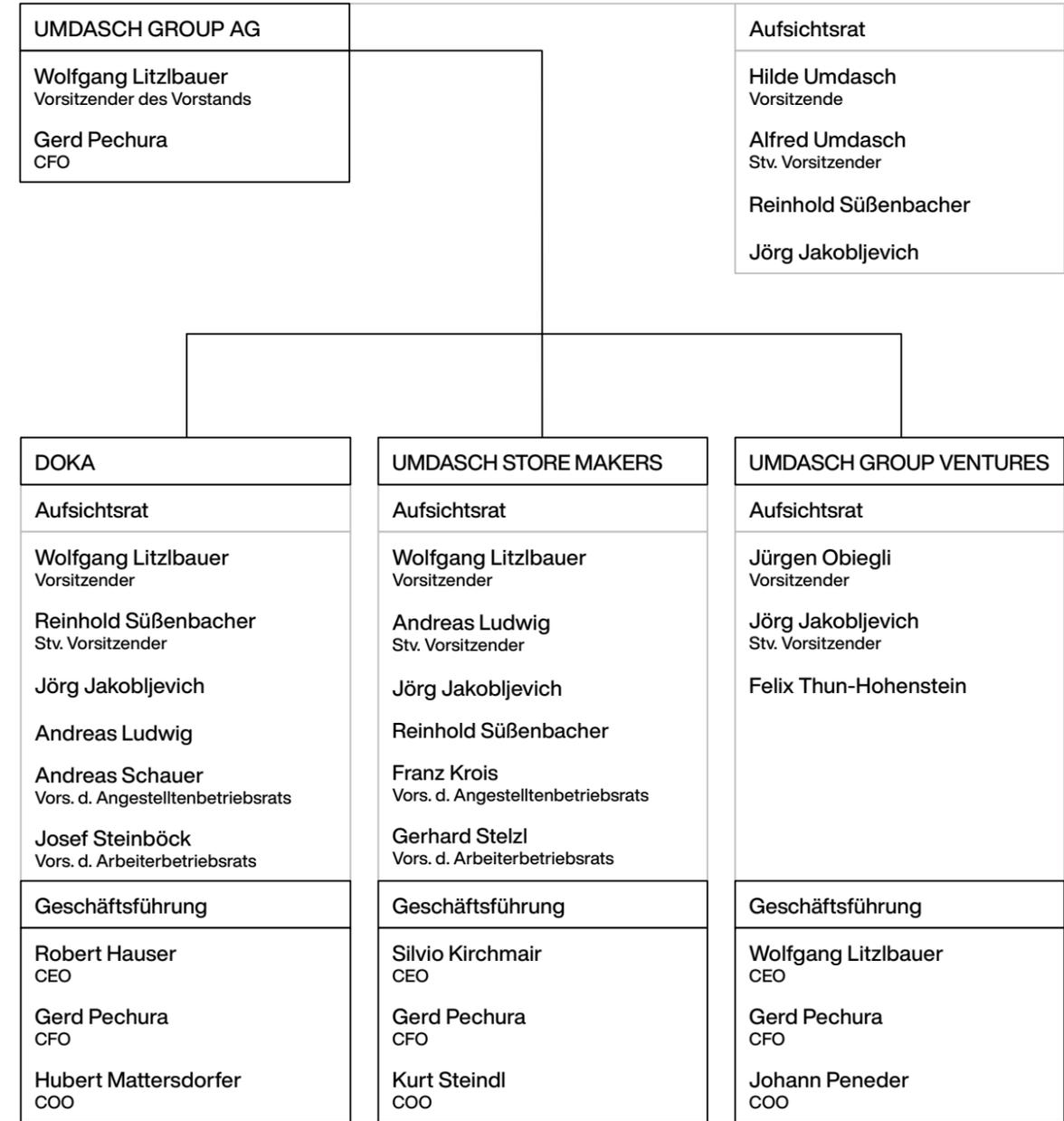
- 1. Eigenkapitalquote
- 2. Gesamtkapitalrentabilität
- 3. Umsatzrentabilität
- 4. Innovationsrate
- 5. Innovationsfreude
- 6. Weiterempfehlungsrate
- 7. Servicequote
- 8. Freiwillige Sozialleistungsquote
- 9. Gesundheitsquote
- 10. Weiterbildungsintensität
- 11. Compliance-Rate
- 12. Ausgaben für Gesellschaft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

Die Auswertung der einzelnen KPIs finden Sie im Bericht integriert in die jeweiligen Kapitel. Eine Zusammenfassung der Detailparameter befindet sich auf Seite 164.



Umdasch Group Headquarter Amstetten

# Organigramm



Wie externe Faktoren  
die Ergebnissituation  
von Unternehmen  
beeinflussen



Unsere  
Finanzen

Erst die Delta-, dann die Omikron-Variante. Eine weltweite Verknappung von Rohstoffen. Die damit einhergehende Teuerungsrate, die in mehreren Wellen durch das Jahr schwappte. Dazu ein Engpass in der weltweiten Logistik. Ja, 2021 hatte es in sich. Ein zweites Jahr in Folge war Krisenmanagement gefragt. Diesmal mit einem ganz besonderen Schwerpunkt auf der Gesundheit des Unternehmens.

„Nicht das Festhalten an unternehmerischen Werten ist konservativ, sondern das Bejahen einer immer gleichen Ordnung.“

Die Orientierung an Kennzahlen, die für Stabilität, Rentabilität und daher Resilienz stehen, scheint in den vergangenen Jahrzehnten etwas aus der Mode geraten zu sein. Die Financial Community hat zahlreiche hippe Begriffe gefunden, die alle eines meinen: die auf Fremdkapital basierende Finanzierung globalen Wachstums. Die seit der Finanzkrise 2008 praktizierte Niedrigzinspolitik hat diesen Trend befeuert.

KPI 2

Gesamt-  
kapitalrentabilität

9,9 %

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

Vgl. 2020: 6,9 %



Für uns ist das Festhalten an Werten wie Stabilität weniger die Frage einer zeitgeistigen Strömung. Vielmehr ist es Ausdruck unternehmerischer Verantwortung.

Warum? Der Auftrag unserer Eigentümerfamilie lautet nachhaltiges, profitables Wachstum. Wobei der Profit die Basis des Wachstums darstellt – und gleichzeitig wiederum dessen Ergebnis.

Die neue Umdasch Group Strategie ist eine Wachstumsstrategie, die in die Zukunft gerichtet ist. Dazu müssen wir vieles neu denken. Etwa bisherige Strukturen und Schemata, aber auch herkömmliche Methoden und Systeme. Gleichzeitig wollen wir festhalten, worin sich seit vier Unternehmer-Generationen unser Erfolg begründet: einem stabilen Rückgrat, das imstande ist, Krisen aus eigener Kraft zu meistern und unabhängig und selbstbestimmt zu agieren.

Diesen unternehmerischen Vorstellungen und Werten entsprechend wollen wir auch das zukünftige Wachstum aus unseren erwirtschafteten Gewinnen finanzieren. Kennzahlen wie Rentabilität, Profitabilität oder eine hohe Eigenkapitalquote gehören daher für uns zum Ausdruck modernen Unternehmertums, einer agilen und flexiblen Organisation und einer zukunftsfähigen Strategie.

Gerd Pechura

KPI 3

Umsatzren-  
tabilität

11,8 %

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

Vgl. 2020: 8,8 %

# Zahlen, Daten, Fakten 2021

# Konzernabschluss und Konzernlagebericht der Umdasch Group AG zum 31. Dezember 2021

## Allgemeines

Die Gesellschaft ist die zentrale Obergesellschaft der Umdasch Group mit den drei Divisionen 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., umdasch Madosan Raf Sistemleri TAS).

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 des Vermietvermögens und 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 2021 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-ME10 3NH Sittingbourne	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-80339 München	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 S.A.R.L.	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 %
Doka Scaffolding Trading GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Doka Drevo sro	SK-97401 Banska Bystrica	100 %
OOO Doka Lipetsk	RU-399071 Lipetsk	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 %
Deutsche Doka Schalungstechnik GmbH	DE-82216 Maisach	100 %
Doka Österreich GmbH	AT-3300 Amstetten	100 %
Doka Schweiz AG	CH-8155 Niederhasli	100 %
Doka Distribution Center Apolda GmbH	DE-99510 Apolda	100 %
Doka France SAS	FR-78610 Le Perray	100 %
Doka U.K. Formwork Technologies Ltd.	UK-ME10 3NH Sittingbourne	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 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 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 DC Middle East FZE	U.A.E. Dubai	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 USA Ltd.	US-07643 Little Ferry	100 %
Doka DC North America Ltd.	US-60410 Channahon	100 %
Doka Development LLC	US-19808 Delaware	100 %
Doka Canada Ltd	CA-Calgary	100 %
Doka Brasil Servicos de Suporte Ltda	BR-Sao 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 %
AT PAC Doka Chile SpA	CL- Santiago	100 %
AT PAC Doka Bolivia SRL	BO- Santa Gruz	100 %
AT PAC Doka Peru S.A.C	PE- 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 Strengelbach	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 Sist. San.Ve Tic A.S.	TR-16130 Nilüfer, Bursa	55 %
umdasch Madosan Dis Ticaret A.S.	TR-16130 Nilüfer, Bursa	55 %

## ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN

FIRMA	SITZ	ANTEIL (direkt+indirekt)
Contour Crafting Corporation	US-El Segundo L.A.	30 %
Shopreme GmbH	AT-8055 Graz	26 %
Sequello GmbH	AT- 1100 Wien	50 %
Doka China Sales Ltd.	HK-Hong Kong	40 %
Atlantic Pacific Equipment LLC	US-Georgia	28 %

# Konzernbilanz

## Aktiva

Angaben in T€		31.12.2021	31.12.2020
<b>A</b>	<b>ANLAGEVERMÖGEN</b>		
I.	IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE		
	1. Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte	7.698	10.440
	2. Firmenwert	26.453	26.136
	3. Geleistete Anzahlungen	0	531
		<b>34.151</b>	<b>37.107</b>
II.	SACHANLAGEN		
	1. Bebaute Grundstücke Grundwert	107.729	100.656
	2. Bebaute Grundstücke Gebäudewert	212.574	205.174
	3. Unbebaute Grundstücke	14.055	14.005
	4. Technische Anlagen und Maschinen	62.761	51.132
	5. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	30.333	34.465
	6. Geleistete Anzahlungen und Anlagen in Bau	24.501	37.318
		<b>451.953</b>	<b>442.750</b>
III.	FINANZANLAGEN		
	1. Anteile an assoziierten Unternehmen	14.567	16.483
	2. Sonstige Beteiligungen	73	176
	3. Wertpapiere des Anlagevermögens	12.827	12.089
		<b>27.467</b>	<b>28.748</b>
		<b>513.571</b>	<b>508.605</b>
<b>B</b>	<b>VERMIETVERMÖGEN</b>	<b>431.931</b>	<b>398.989</b>
<b>C</b>	<b>UMLAUFVERMÖGEN</b>		
I.	VORRÄTE		
	1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	43.599	22.131
	2. Unfertige Erzeugnisse	20.710	13.165
	3. Fertige Erzeugnisse und Waren	286.505	186.563
	4. Noch nicht abrechenbare Leistungen	4.858	8.063
	5. Geleistete Anzahlungen	2.077	1.028
		<b>357.749</b>	<b>230.950</b>
II.	FORDERUNGEN UND SONSTIGE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE		
	1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 696 (VJ: 3.077)	300.292	271.424
	2. Sonstige Forderungen und Vermögensgegenstände davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 24.774 (VJ: 22.036)	114.216	70.349
		<b>414.508</b>	<b>341.773</b>
III.	SONSTIGE WERTPAPIERE UND ANTEILE	<b>29.413</b>	<b>40.325</b>
IV.	KASSENBESTAND, GUTHABEN BEI KREDITINSTITUTEN	<b>96.934</b>	<b>179.239</b>
		<b>898.604</b>	<b>792.287</b>
<b>D</b>	<b>RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>	<b>6.868</b>	<b>6.235</b>
<b>E</b>	<b>AKTIVE LATENTE STEUERN</b>	<b>52.220</b>	<b>53.227</b>
		<b>1.903.194</b>	<b>1.759.343</b>

# Konzernbilanz

## Passiva

Angaben in T€		31.12.2021	31.12.2020
<b>A</b>	<b>EIGENKAPITAL</b>		
I.	Eingefordertes und einbezahltes Grundkapital	<b>36.350</b>	<b>36.350</b>
II.	Gebundene Kapitalrücklagen	<b>25.821</b>	<b>25.821</b>
III.	Gewinnrücklagen		
	1. Gesetzliche Rücklage	2.151	2.151
	2. Andere Rücklagen	843.333	683.315
		<b>845.484</b>	<b>685.466</b>
IV.	BILANZGEWINN davon Gewinnvortrag 169.586 (VJ: 167.995)	<b>146.883</b>	<b>189.586</b>
	Auf Muttergesellschaft entfallendes Eigenkapital	<b>1.054.538</b>	<b>937.223</b>
V.	Nicht beherrschende Anteile	<b>6.592</b>	<b>7.621</b>
		<b>1.061.130</b>	<b>944.844</b>
<b>B</b>	<b>RÜCKSTELLUNGEN</b>		
	1. Rückstellungen für Abfertigungen	49.751	46.056
	2. Rückstellungen für Pensionen	13.136	14.570
	3. Steuerrückstellungen	90.885	83.617
	4. Rückstellung latente Steuern	16.822	12.259
	5. Sonstige Rückstellungen	147.492	130.304
		<b>318.086</b>	<b>286.806</b>
<b>C</b>	<b>VERBINDLICHKEITEN</b>		
	1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten davon mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr 156.976 (VJ: 98.550) davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 159.942 (VJ: 268.996)	316.918	367.546
	2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen davon mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr 15.574 (VJ: 13.864) davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 2 (VJ: 245)	15.576	14.109
	3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen davon mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr 142.868 (VJ: 87.946) davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 409 (VJ: 506)	143.277	88.452
	4. Verbindlichkeiten aus der Annahme gezogener Wechsel davon mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr 1.603 (VJ: 0)	1.603	0
	5. Sonstige Verbindlichkeiten davon mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr 44.000 (VJ: 54.618) davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 1.759 (VJ: 2.340) davon aus Steuern 26.243 (VJ: 27.566) davon im Rahmen der sozialen Sicherheit 7.292 (VJ: 7.950)	45.759	56.958
		<b>523.133</b>	<b>527.065</b>
	davon mit einer Restlaufzeit bis 1 Jahr 361.021 (VJ: 254.978) davon mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr 162.112 (VJ: 272.087)		
<b>D</b>	<b>RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>	<b>845</b>	<b>628</b>
		<b>1.903.194</b>	<b>1.759.343</b>

# Konzern Gewinn- & Verlustrechnung

Angaben in T€		2021	2020
1.	Umsatzerlöse	1.539.453	1.411.444
2.	Veränderung des Bestandes an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	135.269	-80.053
3.	Andere aktivierte Eigenleistungen	1.259	1.189
4.	Sonstige betriebliche Erträge		
	a) Erträge aus dem Abgang vom und der Zuschreibung zum Anlagevermögen	5.149	882
	b) Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	2.434	3.173
	c) Übrige	37.025	36.158
		44.608	40.213
5.	Aufwendungen für Material und sonstige bezogene Herstellungsleistungen		
	a) Materialaufwand	-638.541	-353.231
	b) Aufwendungen für bezogenen Leistungen	-115.683	-108.250
		-754.224	-461.481
6.	Personalaufwand		
	a) Löhne	-110.666	-110.201
	b) Gehälter	-265.591	-261.712
	c) Soziale Aufwendungen		
	aa) Aufwendungen für Altersversorgung	-2.315	-2.568
	bb) Aufwendungen für Abfertigungen und Leistungen an betriebliche Mitarbeitervorsorgekassen	-11.290	-17.198
	cc) Aufwendungen für gesetzlich vorgeschriebene Sozialabgaben sowie vom Entgelt abhängige Abgaben und Pflichtbeiträge	-81.129	-79.556
	dd) Sonstige Sozialabgaben	-8.092	-9.001
		-102.826	-108.323
		-479.083	-480.236
7.	Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen		
	a) Planmäßige Abschreibungen	-47.597	-48.693
	b) Außerplanmäßige Abschreibungen	-1.183	-2.924
		-48.780	-51.617
8.	Sonstige betriebliche Aufwendungen		
	a) Steuern, ausgenommen vom Einkommen und vom Ertrag	-5.978	-5.906
	b) Übrige	-250.969	-249.640
		-256.947	-255.546
<b>9.</b>	<b>BETRIEBSERFOLG</b>	<b>181.555</b>	<b>123.913</b>

Angaben in T€		2021	2020
10.	Erträge aus anderen Wertpapieren des Anlagevermögens	99	100
11.	Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	19.945	4.886
12.	Erträge aus dem Abgang von und der Zuschreibung zu Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens	135	0
13.	Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	-4.142	-1.942
14.	Aufwendungen aus Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens davon aus Abschreibungen 265 (VJ: 19)	-293	-22
15.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-14.239	-45.629
<b>16.</b>	<b>FINANZERFOLG</b>	<b>1.505</b>	<b>-42.607</b>
<b>17.</b>	<b>KONZERNERGEBNIS VOR STEUERN</b>	<b>183.060</b>	<b>81.306</b>
18.	Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		
	a) Laufende Steuern davon aperiodischer Ertrag 5.738 (VJ: Aufwand -15.331)	-44.011	-46.299
	b) Latente Steuern davon aperiodischer Aufwand 0 (VJ: Aufwand -1.303)	-4.502	-14.246
		-48.513	-60.545
<b>19.</b>	<b>KONZERNERGEBNIS NACH STEUERN = KONZERNJAHRESÜBERSCHUSS</b>	<b>134.547</b>	<b>20.761</b>
20.	Auf nicht beherrschende Anteile entfallendes Ergebnis	26	904
21.	Zuweisung zu Gewinnrücklagen	-157.276	-74
22.	Gewinnvortrag	169.586	167.995
<b>23.</b>	<b>BILANZGEWINN</b>	<b>146.883</b>	<b>189.586</b>

# Konzern-Eigenkapital-Veränderungsrechnung

Angaben in T€	Grundkapital	Kapitalrücklagen	Gewinnrücklagen	Bilanzgewinn	auf Muttergesellschaft entfallendes Eigenkapital	nicht beherrschende Anteile	Gesamt
Stand 1.1.2020	36.350	25.821	706.039	179.995	<b>948.205</b>	9.212	<b>957.417</b>
Währungsdifferenzen			-20.647		<b>-20.647</b>		<b>-20.647</b>
Ausschüttungen				-12.000	<b>-12.000</b>	-900	<b>-12.900</b>
Jahresergebnis				21.665	21.665	-904	<b>20.761</b>
Umbuchungen			74	-74			
Kapitalzuschüsse						213	<b>213</b>
<b>Stand 31.12.2020</b>	<b>36.350</b>	<b>25.821</b>	<b>685.466</b>	<b>189.586</b>	<b>937.223</b>	<b>7.621</b>	<b>944.844</b>
Währungsdifferenzen			2.742		2.742	-103	<b>2.639</b>
Ausschüttungen				-20.000	-20.000	-900	<b>-20.900</b>
Jahresergebnis				134.573	134.573	-26	<b>134.547</b>
Umbuchungen			157.276	-157.276			
<b>Stand 31.12.2021</b>	<b>36.350</b>	<b>25.821</b>	<b>845.484</b>	<b>146.883</b>	<b>1.054.538</b>	<b>6.592</b>	<b>1.061.130</b>

# Konzern Kapitalfluss-Rechnung

Angaben in T€	2021	2020
Konzernergebnis vor Steuern	183.060	81.306
Planmäßige Abschreibungen	47.597	48.692
Außerplanmäßige Abschreibungen	1.183	2.924
Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	4.142	1.942
Abschreibung von Finanzanlagen	265	4
Zuschreibung auf Sachanlagen	-1.592	0
Veräußerungsergebnis vom Anlagevermögen	-3.225	-22
nicht operativer Zins- u. Währungssaldo	-2.728	39.915
Sonstige zahlungsunwirksame Veränderungen	-18.634	40.700
<b>NETTO-GELDFLUSS AUS DEM BETRIEBLICHEN ERGEBNIS</b>	<b>210.068</b>	<b>215.461</b>
Veränderung		
Vermietvermögen	-26.295	5.771
Vorräte	-123.376	41.042
Kundenforderungen	-23.766	57.297
Forderungen und sonstige Umlaufaktiva, ARA	-43.021	12.058
Kurzfristige Rückstellungen	13.232	5.297
Langfristige Rückstellungen	3.433	1.239
Lieferverbindlichkeiten	52.872	-16.158
Andere Verbindlichkeiten, PRA	-8.338	13.262
<b>NETTO-GELDFLUSS AUS DER BETRIEBLICHEN TÄTIGKEIT VOR STEUEREN</b>	<b>54.809</b>	<b>335.269</b>
Steuerzahlungen	-36.550	-28.227
<b>NETTO-GELDFLUSS AUS DER BETRIEBLICHEN TÄTIGKEIT</b>	<b>18.259</b>	<b>307.042</b>
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände	-57.886	-46.713
Veränderung Verbindlichkeiten aus Investitionen	1.759	-11.906
Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-900	-618
Investitionen in assoziierte Unternehmen	-4.222	-11.563
Veränderung Verbindlichkeiten aus Finanzanlagen (assoziierte Unternehmen)	0	2.168
Investitionen in das Finanzumlaufvermögen	0	-44.930
Veräußerungserlöse aus dem Finanzumlaufvermögen	35.912	693
Ein-/Auszahlungen aus Unternehmensverkäufen/-erwerben	4.196	-3.608
Veräußerungserlöse vom Anlagevermögen	12.520	2.469
Zinsertrag Wertpapiere Anlagevermögen	99	100
<b>NETTO-GELDFLUSS AUS DER INVESTITIONSTÄTIGKEIT</b>	<b>-8.522</b>	<b>-113.908</b>
Gewinnausschüttungen	-20.900	-12.900
Eigenkapitalzuschuss von Minderheiten	0	212
Auf-/ Abnahme kurzfristiger Kreditverbindlichkeiten	61.647	-52.594
Aufnahme langfristiger Kreditverbindlichkeiten	0	30.000
Rückzahlung langfristiger Kreditverbindlichkeiten	-111.730	-20.886
Veränderung sonstiger langfristiger Verbindlichkeiten	-581	1.685
Zins- u. Währungssaldo aus Finanzierungen	2.629	-40.015
<b>NETTO-GELDFLUSS AUS DER FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT</b>	<b>-68.935</b>	<b>-94.498</b>
<b>VERÄNDERUNG DER LIQUIDEN MITTEL</b>	<b>-59.198</b>	<b>98.636</b>

LIQUIDE MITTEL (KASSENBESTAND UND GUTHABEN BEI KREDITINSTITUTEN)	2021	2020
Stand 1.1.	154.239	80.314
Umgliederung liquider Mittel mit Laufzeit > 3 Monate	0	-21.088
Währungsdifferenzen	1.893	-3.623
Stand 31.12.	96.934	154.239
<b>ZAHLUNGSWIRKSAME VERÄNDERUNG DER LIQUIDEN MITTEL</b>	<b>-59.198</b>	<b>98.636</b>

# 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, die 40 %ige Beteiligung an der Doka China Sales Ltd. (Hongkong), die 26 %ige Beteiligung an der Shopreme GmbH Österreich und eine 20 %ige Beteiligung an der Atlantic Pacific Equipment LLC in den USA, welche im Juni 2021 auf 27,8 % aufgestockt wurde. Ende 2021 wurde eine 50 %ige Beteiligung an der Sequello GmbH Österreich erworben. 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 unter Zugrundelegung von erwarteten Nutzungsdauern zwischen 5 und 17 Jahren zugeordnet. Bei der Erstkonsolidierung der Sequello GmbH ergab sich kein Unterschiedsbetrag.

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

Das Vermietvermögen ist zu Konzernherstellungskosten angesetzt, wobei eine planmäßige Wertminderung aufgrund einer geschätzten Nutzungsdauer von 6 bis 8 Jahren bzw. 14 und 20 Jahren (für sehr langlebige Produkte im Schwerlastbereich, die nicht betonberührend sind) abgesetzt wird. Für die in dieser Position ebenfalls enthaltenen Gerüste wird eine Nutzungsdauer von 10 Jahren unterstellt. 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 Vermietvermögen, befinden sich die einzelnen Vermögensgegenstände des Vermietvermögens unterschiedlich lange im Bestand der Gesellschaft. Auf Basis dieses Umstandes sowie des wesentlichen Umfangs der Vermögensposition wurde im Geschäftsjahr erstmals von der Möglichkeit gem. § 223 Abs. 4 UGB zur Aufnahme eines zusätzlichen Postens Gebrauch gemacht. Im Vorjahr erfolgte ein Ausweis unter dem Vorratsvermögen. Die Vorjahresbeträge wurden entsprechend angepasst.

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.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sind zum Nennwert bilanziert. Im erforderlichen Umfang wurden Einzelwertberichtigungen vorgenommen. Überfällige Forderungen wurden pauschal wertberichtigt. COVID-bedingt erfolgte im Vorjahr 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-Jahres-

durchschnittswert von 1,35 % (Vorjahr: 1,60 %) gewählt. Für die Gehaltsvalorisierung wurde ein unterschiedlicher 4-Jahresdurchschnitt angesetzt; dieser bewegte sich bei den inländischen Gesellschaften für die Abfertigungsrückstellung in einer Bandbreite von 2,90 % bis 3,20 %. Bei der Jubiläumsgeldrückstellung wurden dienstjahresabhängige 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 1,35 % (Vorjahr: 1,60 %) 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 31.12.2021

In den Konsolidierungskreis wurden 2021 die neu gegründeten Gesellschaften Doka Brasil Service Center, AT PAC Doka Chile SpA, AT PAC Doka Bolivia SRL und AT PAC Doka Peru S.A.C. aufgenommen.

Per Ende Mai 2021 ist durch Verkauf die Doka Brasil Formas para Concreto Ltda aus dem Konsolidierungskreis ausgeschieden. Weiters wurden die DC Latin America S.A. (Panama), die Doka Distribution Center Asia Pte Ltd. (Singapore), die Doka Production India Ltd., die Lumus Consulting GmbH (Deutschland), die Doka Portugal Confragens Ltd und die Doka Jordan LLC in 2021 liquidiert.

Die Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände in Höhe von 0,9 Mio. € betreffen zum Großteil verschiedene Softwareprodukte und Konzernlizenzen in der zentralen IT in Amstetten.

Der Zugang bei den Firmenwerten im Ausmaß von 5,6 Mio. € betrifft die Übernahme des Gerüstgeschäftes in Chile und Bolivien durch einen Asset-Deal der neu gegründeten Firmen AT PAC Doka Chile und AT PAC Doka Bolivien von den bisherigen Vertriebsgesellschaften der AT PAC-Gruppe aus den USA.

In Sachanlagen wurden insgesamt 51,4 Mio. € investiert, davon entfallen 6,6 Mio. € auf Grundstücke in den USA (Florida und Texas), sowie 9,4 Mio. € auf Gebäudeinvestitionen. Der größte Teil davon mit 6,1 Mio. € betrifft die Baulichkeiten der Pulverbeschichtungsanlage in St. Martin, weitere 1,2 Mio. € wurden in die Niederlassung Atlanta investiert.

Von den fast 13,9 Mio. € maschinellen Investitionen entfallen alleine auf die Produktionsstandorte in Österreich (Amstetten, St. Martin und Leibnitz) 11,5 Mio. €. Zur Fertigstellung der neuen Pulverbeschichtungsanlage wurden in 2021 nochmals ca. 3,3 Mio. € investiert. In die Framax Fertigungsanlagen sind insgesamt maschinelle Investitionen von 6,3 Mio. € gelaufen.

Bei den Zugängen in Betriebs- und Geschäftsausstattung in der Höhe von insgesamt 8,2 Mio. € entfallen rund 1,1 Mio. € auf die Modernisierung der Fertigungsservice- und Gerätesanierungsbereiche in Österreich. Darüber hinaus handelt es sich weitgehend um Ersatzinvestitionen.

Die hohen Zugänge in den Anlagen in Bau und geleisteten Anzahlungen von insgesamt 12,1 Mio. € betreffen vor allem Gebäudeinvestitionen in Apolda (Deutschland) im Ausmaß von 5,2 Mio. € und Investitionen in die Framax Zuschnitt- und Stanzanlage in St. Martin mit 2,9 Mio. €.

In den Anteilen an assoziierten Unternehmen hat sich die strategische Beteiligung an der Atlantic Pacific Equipment LLC in 2021 von 20 % auf 27,8 % erhöht. Weiters ist auch eine 50 % Beteiligung an der Sequello GmbH in Österreich dazugekommen.

Die Wertpapiere des Anlagevermögens dienen weitgehend der Besicherung von Pensionsverpflichtungen und sind an die Begünstigten verpfändet. Aufgrund gesunkener Kurswerte sind Abwertungen von 162 T€ (Vorjahr: 4 T€) erfolgt.

Das Vermietvermögen hat einen Restbuchwert von 431.931 T€ (Vorjahr: 398.989 T€) und wird heuer erstmals in einem zusätzlichen Posten dargestellt. Es handelt sich dabei um großteils eigene Erzeugnisse, die über die Doka Vertriebsstruktur an Kunden vermietet werden. Für hohe Liegegrade, Reichweiten und spezielle Risiken sind Wertberichtigungen in der Höhe von 23.706 T€ (Vorjahr: 21.372 T€) gebildet.

Die Vorräte enthalten 286.505 T€ (Vorjahr 186.563 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. Insgesamt sind in den Vorräte Wertberichtigungen in der Höhe von 22.947 T€ (Vorjahr: 21.150 T€) enthalten.

In den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind Pauschalwertberichtigungen von 14.600 T€ (Vorjahr: 18.074 T€) enthalten. Von den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind 2.950 T€ (Vorjahr: 3.310 T€) wechsellmäßig verbrieft.

In den sonstigen Forderungen sind im wesentlichen Forderungen aus Steuern vom Einkommen und Ertrag sowie sonstigen Steuern in der Höhe von 41.858 T€ (Vorjahr: 40.788 T€) enthalten. Weiters sind Forderungen an assoziierten Unternehmen in Höhe von 34.133 T€ (Vorjahr: 2.525 T€) enthalten. In den sonstigen Forderungen sind 21.808 T€ (Vorjahr: 21.322 T€) an Erträgen enthalten, die erst nach dem Bilanzstichtag zahlungswirksam werden.

Die Wertpapiere des Umlaufvermögens beinhalten ausschließlich Anleihen und Rentenfonds mit Anschaffungskosten von 29.453 T€ (Vorjahr: 40.370 T€).

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

Die aktiven und passiven latenten Steuern betreffen Steuerabgrenzungen gemäß § 198 Abs. 10 UGB und sind unter Anwendung der in den einzelnen Ländern gültigen Steuersätze (in Österreich derzeit noch 25 %) 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 31.12.2021	Passive latente Steuern 31.12.2021	Aktive latente Steuern 31.12.2020	Passive latente Steuern 31.12.2020
Anlagevermögen	-220	-3.054	233	-3.226
Vermietvermögen	30.702	-16.166	30.297	-8.144
Vorräte	8.416	1.877	7.587	923
Forderungen	3.744	2.695	4.936	2.031
Personalarückstellungen	6.453	483	5.181	192
sonstige Rückstellungen	1.847	-748	2.424	-1.109
Bewertungsreserven	-942	-7.658	-947	-5.512
Verlustvorräte	5.454	2.966	5.740	2.754
sonstiges	-3.234	2.783	-2.224	-168
<b>Latente Steuer lt. Bilanz</b>	<b>52.220</b>	<b>-16.822</b>	<b>53.227</b>	<b>-12.259</b>

Sonstige Rückstellungen

Angaben in T€	2021	2020
Jubiläumsgeldrückstellung	9.189	8.298
sonstige personalbezogene Rückstellungen	56.540	49.647
Rückstellungen für Garantien u. Gewährleistungen	9.472	8.829
Rückstellung für auftragsbezogene Fertigstellungsarbeiten	12.556	11.145
Rückstellung für Rückkaufverpflichtungen	7.677	5.120
Rückstellung für Erlösminderungen	8.498	7.744
Rückstellung für fehlende Rechnungen	16.879	11.390
Rückstellung Drohverluste aus schwebenden Geschäften	3.416	6.816
Rückstellung für Provisionen Fremde	920	2.065
restliche sonstige Rückstellungen	22.345	19.250
<b>Summe sonstige Rückstellungen</b>	<b>147.492</b>	<b>130.304</b>

In den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sind 22.500 T€ (Vorjahr: 36.605 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: 57.164 T€) aus Exportfinanzierungen mit revolvingem Charakter.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen beinhalten 7.128 T€ (Vorjahr: 5.370 T€) Verbindlichkeiten für Investitionen sowie Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen in der Höhe von 9.000 T€ (Vorjahr: 168 T€).

Die sonstigen Verbindlichkeiten betreffen mit 2.169 T€ (Vorjahr: 2.169 T€) Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen. In den sonstigen Verbindlichkeiten sind 17.065 T€ (Vorjahr: 25.260 T€) Aufwendungen enthalten, die erst nach dem Bilanzstichtag zahlungswirksam werden.

Die Eventualverbindlichkeiten aus Bankgarantien und Wechselobligo betragen 40.796 T€ (Vorjahr: 14.059 T€) und enthalten heuer erstmals auch jene Garantiesummen, welche gegenüber Banken für nicht ausgenutzte Rahmenkredite im Konzern gegeben wurden.

Die Verpflichtungen aus der Nutzung von in der Bilanz nicht ausgewiesenen Sachanlagen betragen für 2022 insgesamt 24.622 T€ (Vorjahr 24.382 T€) sowie für die Jahre 2022–2026 89.513 T€ (Vorjahr: 77.732 T€).

# Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung 2021

Die Gewinn- und Verlustrechnung wird nach dem Gesamtkostenverfahren erstellt.

Die Umsatzerlöse bestehen zum Großteil aus Verkaufs- 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€	2021	2020
Doka Schalungstechnik	1.257.469	1.169.770
umdasch Store Makers	281.743	241.459
Umdasch Group Ventures	241	215
<b>Summe Umsatz</b>	<b>1.539.453</b>	<b>1.411.444</b>

Umsatzerlöse nach Regionen

Angaben in T€	2021	2020
Österreich	217.413	191.401
Europäische Union	725.272	667.664
Restliches Europa	176.412	152.094
Außerhalb Europas	420.356	400.285
<b>Summe Umsatz</b>	<b>1.539.453</b>	<b>1.411.444</b>

Übrige sonstige betriebliche Erträge

Angaben in T€	2021	2020
Kursgewinne	8.591	6.761
Zuschüsse und Förderungen	1.983	3.068
Corona-Kurzarbeitsunterstützungen	1.322	24.248
Auflösung von Wertberichtigungen	21.409	0
Versicherungsvergütungen	352	706
Wiedereingang abgeschriebener Forderungen	1.136	190
Diverse Erträge	2.232	1.185
<b>Summe übrige sonstige betriebliche Erträge</b>	<b>37.025</b>	<b>36.158</b>

Im Materialaufwand sind Abschreibungen auf das Vermietvermögen in Höhe von 134.585 T€ (Vorjahr: 131.681 T€) enthalten.

In den Aufwendungen für Abfertigungen und Leistungen an betriebliche Mitarbeitervorsorgekassen sind 9.753 T€ (Vorjahr: 15.656 T€) an Aufwendungen für Abfertigungen enthalten.

#### Übrige sonstige betriebliche Aufwendungen

Angaben in T€	2021	2020
Transportkosten	90.034	77.161
Ausbuchung von Kundenforderungen*	22.706	18.338
Dotierung WB zu Kunden- u. sonstigen Forderungen	1.241	12.078
Miet- und Pachtaufwand	29.976	29.567
Werbeaufwand	6.086	6.826
Instandhaltungen	14.842	14.294
Reisekosten	12.158	11.259
Beratungskosten	29.843	27.138
Kursverluste	9.109	16.334
Diverse Aufwendungen	34.974	36.645
<b>Summe übrige sonstige betriebliche Aufwendungen</b>	<b>250.969</b>	<b>249.640</b>

\* Die Ausbuchung von Kundenforderungen war überwiegend durch Wertberichtigungen gedeckt, deren Auflösung in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthalten ist (Vorjahr: Auflösung im sonstigen betrieblichen Aufwand saldiert).

In den sonstigen Zinsen und ähnlichen Erträgen sind Kursgewinne aus der Finanzierung in Höhe von 15.743 T€ (Vorjahr: 4.085 T€) enthalten. In den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen sind Kursverluste aus der Finanzierung in der Höhe von 5.275 T€ (Vorjahr: 30.932 T€) enthalten.

In den Steuern vom Einkommen und Ertrag sind Aufwendungen aus der Veränderung der latenten Steuern in der Höhe von 4.502 T€ (Vorjahr: 14.246 T€) enthalten. Ein Ertrag in der Höhe von 5.738 T€ (Vorjahr: Aufwand -15.331 T€) bezieht sich auf Steuern aus Vorperioden und betrifft großteils die Teilauflösung von Steuerrückstellungen 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.

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

# Erläuterungen zur Konzern Kapitalfluss-Rechnung 2021

Die Darstellung erfolgt nach der indirekten Methode. Die dabei berücksichtigten Veränderungen von Bilanzpositionen im Netto-Geldfluss aus der betrieblichen Tätigkeit werden um Effekte aus der Währungsumrechnung bereinigt.

Die Netto-Geldflüsse 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€	31.12.2021	31.12.2020
Stand liquider Mittel lt. Bilanz	96.934	179.239
Abzüglich kurzfristiger Veranlagungen (Lfd > 3 Monate)	0	25.000
<b>Stand Finanzmittelfonds (Liquide Mittel)</b>	<b>96.934</b>	<b>154.239</b>

Die im Netto-Geldfluss aus der Investitionstätigkeit enthaltenen Ein- und Auszahlungen aus Unternehmensverkäufen/-erwerben setzten sich wie folgt zusammen:

Angaben in T€	2021	2020
Verkauftes/Übernommenes		
Anlagevermögen	+51	-688
Umlaufvermögen	+6.393	-2.564
Rückstellungen	-188	+194
Verbindlichkeiten	-748	+2.964
<b>Eigenkapital</b>	<b>+5.508</b>	<b>-94</b>
Anteiliges Eigenkapital 100 % (Vj. 55 %)	+5.508	-52
Ergebnis aus Unternehmensverkauf	+1.419	0
Firmenwert aus Unternehmenskauf	0	-2.364
<b>Kaufpreis Unternehmensverkauf/-erwerb</b>	<b>+6.927</b>	<b>-2.416</b>
Vorsorgen für Kaufpreisminderungen	+1.250	0
Veränderung Verbindlichkeit Unternehmenskauf	-784	-1.240
Veränderung Forderung Unternehmensverkauf	-2.996	0
Abgegangene/übernommene Liquide Mittel	-201	+48
<b>Ein-/Auszahlungen aus Unternehmensverkäufen/-erwerben</b>	<b>+4.196</b>	<b>-3.608</b>

# 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 3.109 T€ (Vorjahr: 5.810 T€) im Bestand. Aufgrund unterschiedlicher Laufzeiten der Grundgeschäfte konnte keine Bewertungseinheit gebildet werden. Für die negativen Marktwerte wurde daher mit einer Rückstellung vorgesorgt. Die Fälligkeit der Zinsswaps liegt in den Monaten November und Dezember 2027.

## • Devisenterminverkäufe mit Bewertungseinheit zu Konzernfinanzierungen

alle Werte in 1.000		Nominale 2021	T€-Wert 2021	Nominale 2020	T€-Wert 2020
AED	Arabischer Dirham	60.000	14.113	40.000	9.374
AUD	Australischer Dollar	12.000	7.622	12.000	7.362
CAD	Kanadischer Dollar	20.000	13.477	14.000	8.969
EUR	Euro	12.000	12.000	12.000	12.000
BRL	Brasilianischer Real	7.000	1.079	0	0
GBP	Sterling Pfund	8.790	10.183	7.000	7.747
QAR	Katar Rial	20.000	4.776	0	0
RUB	Russischer Rubel	200.000	2.352	0	0
PLN	Polnischer Zloty	40.000	8.664	60.000	13.264
SAR	Saudi-Arabischer Rial	0	0	45.000	9.804
SGD	Singapur-Dollar	8.000	4.961	8.000	4.980
USD	US-Dollar	84.000	72.710	42.700	35.830
			<b>151.937</b>		<b>109.330</b>
Positiver Marktwert T€			1.459		3.414
Negativer Marktwert T€			-2.513		- 210

Aufgrund des Sicherungszusammenhangs mit den Grundgeschäften ist die Bildung einer Rückstellung für die negativen Marktwerte unterblieben. Die Fälligkeit der Devisentermingeschäfte liegt in den Monaten Februar 2022 bis Dezember 2022.

## • Devisenterminverkäufe ohne Bewertungseinheit

Am Bilanzstichtag waren Euro-Devisentermingeschäfte ohne Bewertungseinheit im Ausmaß von 10.800 T€ (Vorjahr: 9.000 T€) mit einem positiven Marktwert von 232 T€ (Vorjahr: 167 T€) im Bestand. Die Fälligkeit der Devisentermingeschäfte liegt in den Monaten Jänner 2022 bis April 2023.

## • Sonstiges

Die Aufwendungen für den Abschlussprüfer für die Prüfung von in den Konzernabschluss einbezogenen Jahresabschlüssen von österreichischen Tochterunternehmen und den Konzernabschluss betragen 214 T€ (Vorjahr: 207 T€).

## • Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Die Russland/Ukraine Krise betrifft seit Ende Februar 2022 sowohl die Division Doka als auch umdasch Store Makers. Betroffen davon ist die lokale Produktion der beiden Divisionen als auch der Vertrieb. Insbesondere ist in der Division Doka in der Ukraine ein völliger Stillstand der Bauaktivitäten eingetreten. umdasch Store Makers sind vor allem vom Rückzug internationaler Konzerne vom russischen Markt betroffen.

Der Umsatzanteil beider Länder am Konzernumsatz 2021 war mit ca. 2,4 % gering. Risikominimierende Maßnahmen in dieser Krise beziehen sich einerseits auf die Verminderung der Assets z. B. den Abverkauf von Vermietvermögen – sowie einer konsequenten Anwendung des KYC Prozesses sowohl auf der Kunden- als auch auf Lieferantenseite.

## • Ergebnisverwendung

Der Vorstand wird dem Aufsichtsrat eine Dividende von € 45 Mio. vorschlagen.

## • Organe

### Vorstand:

Mag. Dr. Wolfgang Litzlbauer, Vorsitzender ab 01.07.2021  
Dkfm. Gerd Pechura (ab 01.01.2022)  
Dr. Andreas J. Ludwig, Vorsitzender bis 30.06.2021,  
Mitglied bis 31.12.2021  
Prof. Dipl. Ing. Mag. Friedrich Rödler (bis 30.6.2021)

Amstetten, 22. April 2022  
Der Vorstand



Mag. Dr. Wolfgang Litzlbauer

### Aufsichtsrat:

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

Hinsichtlich der Bezüge des Vorstandes gem. § 239 (1) Z 4 wird die Schutzklausel gem. § 242 (4) UGB angewendet. Die Bezüge ehemaliger Vorstandsmitglieder betragen 892 T€ (Vorjahr: 584 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 46 T€ Ertrag (Vorjahr: Aufwand 396 T€) und andere Mitarbeiter 12.114 T€ (Vorjahr: 17.828 T€).

Die durchschnittliche Zahl der Arbeitnehmer während des Geschäftsjahres betrug 8.261 davon 3.537 Arbeiter und 4.724 Angestellte (Vorjahr: 8.793 davon 3.824 Arbeiter und 4.969 Angestellte).



Dkfm. Gerd Pechura

# Entwicklung des Anlagevermögens - Konzern

Angaben in T€		Entwicklung der Anschaffungskosten					
		1.1.2021	Währungs- differenzen	Zugänge	Abgänge	Um- buchungen	31.12.2021
<b>I.</b>	<b>IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE</b>						
1.	Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte	49.653	306	859	-1.500	531	49.849
2.	Firmenwert	52.822	720	5.623	-136		59.029
3.	Geleistete Anzahlungen	531				-531	
<b>Zwischensumme</b>		<b>103.006</b>	<b>1.026</b>	<b>6.482</b>	<b>-1.636</b>		<b>108.878</b>
<b>II.</b>	<b>SACHANLAGEN</b>						
1.	Bebaute Grundstücke						
	Grundwert	101.878	1.840	6.575	-1.342	-36	108.915
	Gebäudewert	457.423	4.382	9.444	-14.369	15.619	472.499
2.	Unbebaute Grundstücke	14.005	6	44			14.055
3.	Technische Anlagen und Maschinen	310.784	304	13.850	-7.237	10.097	327.798
4.	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	151.315	1.048	8.176	-9.333	88	151.294
5.	Geringwertige Vermögensgegenstände	18	-1	1.261	-1.274	-4	
6.	Geleistete Anzahlungen und Anlagen in Bau	37.481	950	12.054	-27	-25.764	24.694
<b>Zwischensumme</b>		<b>1.072.904</b>	<b>8.529</b>	<b>51.404</b>	<b>-33.582</b>		<b>1.099.255</b>
<b>III.</b>	<b>FINANZANLAGEN</b>						
1.	Anteile an assoziierten Unternehmen	21.460		4.222	-2.369		23.313
2.	Sonstige Beteiligungen	368			-180		188
3.	Wertpapiere des Anlagevermögens	12.209	1	900			13.110
<b>Zwischensumme</b>		<b>34.037</b>	<b>1</b>	<b>5.122</b>	<b>-2.549</b>		<b>36.611</b>
<b>Gesamt</b>		<b>1.209.947</b>	<b>9.556</b>	<b>63.008</b>	<b>-37.767 **)</b>		<b>1.244.744</b>

Entwicklung der kumulierten Abschreibung							Restbuchwerte	
1.1.2021	Währungs- differenzen	Jahres AfA	Abgänge	Zuschrei- bungen	Um- buchungen	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2021
39.213	319	4.064	-1.456		11	42.151	10.440	7.698
26.686	1.168	4.734	-12			32.576	26.136	26.453
							531	
<b>65.899</b>	<b>1.487</b>	<b>8.798</b>	<b>-1.468</b>		<b>11</b>	<b>74.727</b>	<b>37.107</b>	<b>34.151</b>
1.222	34		-70			1.186	100.656	107.729
252.249	2.140	15.795	-9.191	-1.065	-3	259.925	205.174	212.574
							14.005	14.055
259.652	182	11.475	-6.007	-262	-3	265.037	51.132	62.761
116.850	855	11.440	-7.918	-265	-1	120.961	34.465	30.333
18	-1	1.261	-1.274		-4			
163	19	11				193	37.318	24.501
<b>630.154</b>	<b>3.229</b>	<b>39.982</b>	<b>-24.460</b>	<b>-1.592</b>	<b>-11</b>	<b>647.302</b>	<b>442.750</b>	<b>451.953</b>
4.977	-463	4.772 *)	90	-630 *)		8.746	16.483	14.567
192		103	-180			115	176	73
120	1	162				283	12.089	12.827
<b>5.289</b>	<b>-462</b>	<b>5.037</b>	<b>-90</b>	<b>-630</b>		<b>9.144</b>	<b>28.748</b>	<b>27.467</b>
<b>701.342</b>	<b>4.254</b>	<b>53.817</b>	<b>-26.018 ***)</b>	<b>-2.222</b>		<b>731.173</b>	<b>508.605</b>	<b>513.571</b>

\*) anteiliges Jahresergebnis

\*\*\*) davon 1.524 T€ Entkonsolidierung Doka Brasil

\*\*\*) davon 1.473 T€ Entkonsolidierung Doka Brasil

# Lagebericht zum Konzernabschluss der Umdasch Group AG 2021

## 1. Allgemeines

Die Umdasch Group AG ist als Konzernobergesellschaft und strategisch-operative Holding die Muttergesellschaft der jeweiligen Divisionen 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. Bericht über den Geschäftsverlauf und die wirtschaftliche Lage

Die rasche Erholung der Bauwirtschaft (TCO Index Welt steigt von 99 in 2020 auf 103 in 2021) hat sich im Umsatzwachstum der Divisionen entsprechend niedergeschlagen. Durch die weitgehende Weitergabe der Materialkostenerhöhungen an den Markt beinhaltet das Wachstum jedoch eine gewisse Preiskomponente. Das starke Wachstum der Division umdasch Store Makers ist im Wesentlichen auf die Bereiche Food und General Contracting zurückzuführen.

### a) Doka Group

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

Aus ihren zentralen Supportfunktionen (z.B. IT, Finance, Legal) erbringt die Doka GmbH Dienstleistungen für Töchter und – sofern Konzernfunktionen – auch für umdasch Store Makers Gesellschaften, Umdasch Group Ventures Gesellschaften sowie der Muttergesellschaft, Umdasch Group AG.

#### Gesamtwirtschaftliches Umfeld

Das gesamtwirtschaftliche Umfeld 2021 war gekennzeichnet von einer breiten Erholung der Bauwirtschaft, die sich allerdings sowohl regional (Europe, Nordamerika, Lateinamerika, Middle East/Africa und Asia Pacific) als auch nach Sektoren (Residential, Non-Residential, Civil Engineering) durchaus unterschiedlich darstellte. Des Weiteren waren 2021 Verwerfungen an den Beschaffungsmärkten, sowohl bzgl. der Verfügbarkeit von Rohstoffen und Handelswaren, des damit verbundenen starken Preisanstiegs, als auch der Disruption der globalen Supply Chain (Frachtraten und Containerverfügbarkeit) wesentliche Faktoren, die den Geschäftsverlauf beeinflussten.

#### Umsatzentwicklung

Die Doka Group erzielte 2021 einen Umsatz von 1.257,5 Mio. € (Vorjahr 1.169,8 Mio. €) und erreicht damit ein Umsatzwachstum von 7,5 %. Der Umsatz liegt damit nur ca. um 1,5 % unter dem Vor-Corona Niveau 2019. Fast 89 % des Umsatzes erzielte die Doka Group außerhalb Österreichs.

Aus den erwähnten Gründen entwickelte sich das Geschäft der Vertriebstochtergesellschaften regional sehr unterschiedlich. Während die D,A,CH Region, die auch in 2020 trotz der Krise ein leichtes Wachstum erreichen konnte, nunmehr in 2021 darauf noch zusätzliche Wachstumsraten erzielen konnte, war der Rest von Europa nach dem teilweisen Einbruch des Vorjahres von solidem ein- bis zweistelligem Wachstum gekennzeichnet. Auch die Umsätze in Nordamerika (USA und Kanada) konnten vor FX-Effekten ein- bis zweistellig zulegen. Die Region Lateinamerika wuchs trotz teilweise immer noch anhaltender COVID-Lockdowns ebenfalls zweistellig, sowohl organisch als auch noch verstärkt durch die Akquisition des Lateinamerikageschäfts unseres Partners für das weltweite Gerüstgeschäft, AT-PAC. Das Geschäft in Middle East & Afrika sowie Asia Pacific lief nach wie vor uneinheitlich. In diesen Regionen waren auch die Auswirkungen durch lokale Lockdowns am stärksten.

### b) umdasch Store Makers

Die umdasch Store Makers Management GmbH (USMMG) ist die Obergesellschaft der Division umdasch Store Makers. Die USMMG agiert als operative Holding, sie hält die Beteiligungen an den jeweiligen Tochtergesellschaften und erbringt darüber hinaus für die gesamte umdasch Store Makers-Gruppe Zentralfunktionen wie Informationstechnologie, Controlling, Rechtsberatung, strategische Personalangelegenheiten, Operations, den Zentraleinkauf und betreut zuletzt die Marketingagenden.

Darüber hinaus sind die umdasch Store Makers in vier Unternehmensbereiche, die nach Zielbranchen ausgerichtet sind, organisiert. Diese Unternehmensbereiche sind Food Retail (für den stationären Lebensmittelhandel und vergleichbare Kunden), Premium Retail (für den stationären Handel mit Luxusgütern und gehobene Marken), Lifestyle Retail (für alle Branchen, die man unter dem Begriff „Non-Food“ also Mode, Leder und Sport, Banken und Versicherungen, Haus und Garten, Auto und Fahrzeughandel uvm., zusammenfassen könnte und nicht in die Luxus-kategorie fallen) und Digital Retail (für Digitalisierungsdienstleistungen in allen Branchen).

#### Gesamtwirtschaftliches Umfeld

Die umdasch Store Makers agieren in einem seit etwa 2013 in Europa und der westlichen Welt rückläufigen Markt. In den letzten Jahren gehen die Flächen, auf denen der stationäre Handel seine Geschäfte betreibt, jedes Jahr um etwa ein halbes bis ein Pro-

zent zurück. Auslöser dafür ist der ungebrochene Trend zum Onlinehandel, der mittlerweile einen globalen Marktanteil von etwa 17 % erreicht und zuletzt – besonders befeuert von der Corona-Pandemie – weiter deutlich an Bedeutung gewonnen hat.

Im Jahr 2021 haben die umdasch Store Makers erstmals eine Top 3-Position unter den europäischen Ladenbauunternehmen erobert. Der Marktanteil im Ladenbau in Europa beträgt etwa drei bis vier Prozent. Die beiden größten Anbieter, ein schwedisches und ein französisch/spanisches Unternehmen verfügen jeweils über das ungefähr doppelte Volumen.

Auch das Jahr 2021 war noch heftig von den Auswirkungen der Corona-Pandemie betroffen, etwa ein Drittel des Jahres mussten viele Händler ihre Standorte geschlossen halten. Umfangreiche staatliche Unterstützungen ermöglichten den Unternehmen das Überleben, die Investitionsbereitschaft hielt sich aber bis auf wenige Gewinnerbranchen (Lebensmittel, Haus und Garten, Heimwerker und einige Luxusmarken) in Grenzen.

#### Restrukturierungsmaßnahmen und Auswirkungen

Im Jahr 2021 wurden weitere umfangreiche Restrukturierungsmaßnahmen gesetzt und Unternehmensbereiche mit zweifelhaften Perspektiven bzw. Kostenstrukturen, die ein wirtschaftliches Prosperieren nicht ermöglichen, eingeschränkt oder geschlossen.

Im Unternehmensbereich Digital Retail wurden die beiden Standorte Aachen und Duisburg in Duisburg zusammengelegt. Im Unternehmensbereich Lifestyle Retail wurde Neidenstein als Ladenbaustandort endgültig aufgegeben und die Aufgaben auf die drei verbleibenden Standorte in der DACH-Region in Duisburg (D), Amstetten (A) und Strengelbach (CH) sowie auf Litomyšl (CZ), das mittelfristig deutlich ausgebaut wird, verteilt.

#### Umsatzentwicklung

Die umdasch Store Makers Gruppe erzielte im Betrachtungsjahr einen Umsatz von 281,7 Mio. € (Vorjahr: 241,5 Mio. €). Das entspricht einem Wachstum von 16,7 %. Die Geschäfte entwickelten sich dabei sehr unterschiedlich. Das Segment Food Retail präsentierte ein Wachstum von knapp 36 % auf mehr als 132 Mio. €. Ein Viertel des Zugewinns entfiel auf die erstmals ganzjährige Konsolidierung der türkischen Gesellschaft umdasch Madosan, die Hälfte entfiel auf Mengensteigerungen, ein weiteres Viertel des Wachstums wurde durch Preiserhöhungen generiert.

Auch das Segment Lifestyle Retail trug mit einem Zugewinn von zwei Prozent zum Wachstum bei. Im Unternehmensbereich Premium Retail kam das Geschäft mit gut 15 % Wachstum nach den deutlichen Einbrüchen in 2020 wieder zurück, während der Unternehmensbereich Digital Retail um knapp fünf Prozent gegenüber 2020 zurückfiel. Die zögerliche Versorgung mit elektronischen Bauteilen und Komponenten verhinderte eine mögliche Ausweitung des Geschäftes.

### c) Umdasch Group Ventures

Die Umdasch Group Ventures GmbH ist die Obergesellschaft der Division 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, Neulandt 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.

#### 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 %) [USA], NeoTwin GmbH (51 %) [D] und Shopreme GmbH (26 %) [A] sind über den gesamten Berichtszeitraum operativ gewesen. Die Beteiligung Sequello GmbH (50 %) [A] wurde im November 2021 neu eingegangen.

#### Gesamtwirtschaftliches Umfeld

Die Auswirkungen der weltweiten Pandemie erforderten auf Grund finanziellen Rahmenbedingungen eine massive Reduzierung des Budgets in fast allen Geschäftseinheiten. Bis Ende Juni 2021 wurde die Möglichkeit der Covid-Kurzarbeit im erforderlichen 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.

#### Umsatzentwicklung

Die Umdasch Group Ventures erzielte 2021 einen konsolidierten Umsatz von 2,5 Mio. € (Vorjahr: 3,8 Mio. €) im Wesentlichen durch Umsätze der CONTACT GmbH mit der Konzernschwestergesellschaft Doka GmbH.

### d) 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 2021 wurden bauliche Maßnahmen vor allem am Standort Apolda in Deutschland getätigt. Die Fertigstellung und erstmalige Vermietung erfolgt im Jahr 2022.

### 3. Finanzielle Leistungsindikatoren

Die Umdasch Group erreichte im Jahr 2021 einen Umsatz von 1.539,5 Mio. €. Der Umsatz lag damit 9,1% über dem Vorjahresniveau von 1.411,4 Mio. €. Die Umdasch Group erwirtschaftete ein EBIT von 181,6 Mio. € (Vorjahr: 123,9 Mio. €). Der überproportionale Anstieg des EBIT ist die Folge diverser coronabedingter Restrukturierungsmaßnahmen aus dem Vorjahr und dem damit stark eingebremsten Fixkostenwachstum.

Bei den variablen Kosten war das Jahr 2021 gekennzeichnet durch drastisch steigende Materialpreiserhöhungen in den wichtigsten Materialgruppen, insbesondere Holz und Stahl. Die dadurch bedingten Herstellkostenerhöhungen wurden laufend beobachtet, und in mehreren Transferpreisanpassungen nicht vollumfänglich, aber doch an die Vertriebsgesellschaften weitergegeben, in der Folge wiederum mit entsprechenden Preiserhöhungen in den Märkten.

Das Finanzergebnis war mit 1,5 Mio. € positiv und damit deutlich besser als im Vorjahr mit -42,6 Mio. €. Wesentlicher Grund dafür sind die hohen positiven Kurseffekte aus Konzernfinanzierungen, welche zum großen Teil eine Gegenbewegung zur Abwertung im Vorjahr darstellen.

Der Konzernjahresüberschuss ist mit 134,5 Mio. € um mehr als 100 Mio. € höher als im Vorjahr (Vorjahr: 20,8 Mio. €). Die Steuerquote von knapp 27% ist erstmals seit vielen Jahren unbeeinflusst von Sondereffekten und wesentlichen Betriebsprüfungsauswirkungen.

Die Investitionen in Sachanlagen, immaterielles Anlagevermögen und Finanzanlagen betragen 63,0 Mio. € (Vorjahr: 58,9 Mio. €).

	2021	2020
Umsatzrentabilität (EBIT/Umsatzerlöse)	11,8 %	8,8 %
Eigenkapitalrentabilität (Ergebnis vor Steuern/Ø Eigenkapital)	18,3 %	8,5 %
Gesamtkapitalrentabilität (EBIT/Ø Gesamtkapital)	9,9 %	6,9 %
Bereinigte Eigenkapital-Quote (Eigenkapital/Gesamtkapital-liquide Mittel)	59,7 %	61,4 %

Die Bilanzsumme der Umdasch Group stieg volumensbedingt um 143,9 Mio. € (+8%) proportional zu den Umsatzerlösen. Dabei stieg das Anlagevermögen um 1% und das Umlaufvermögen um 13%. Das Vermietvermögen wird 2021 erstmals in einer eigenen Hauptposition zwischen Anlagevermögen und Umlaufvermögen ausgewiesen – diese Position steigt im Vergleich zum Vorjahr um 8%.

Der Netto-Geldfluss aus der betrieblichen Tätigkeit reduzierte sich im Geschäftsjahr signifikant – er sinkt von 307,0 Mio. € im Vorjahr auf 18,3 Mio. € in 2021. Hauptgrund dafür ist der starke Anstieg der Vorräte und der sonstigen Forderungen. In den sonstigen Forderungen sind 34,1 Mio. € Forderungen gegenüber der AT-PAC LLC aus Finanzierungen und Anzahlungen auf Produktbestellungen enthalten.

Der Netto-Geldfluss aus der Investitionstätigkeit ist mit einem Mittelabfluss von 8,5 Mio. € um mehr als 100 Mio. € geringer als im Vorjahr. Stark beeinflusst ist diese Entwicklung durch die Investitionen in das Finanzumlaufvermögen. Dem Mittelabfluss von fast 45 Mio. € in diesem Bereich im Vorjahr stand ein Mittelzufluss von 36 Mio. € in diesem Jahr gegenüber. Investitionen in Sachanlagen und Immaterielle Vermögensgegenstände von 57,9 Mio. € (Vorjahr: 46,7 Mio. €) stehen Veräußerungserlöse aus dem Sachanlagevermögen in Höhe von 12,5 Mio. € (Vorjahr: 2,5 Mio. €) entgegen.

Durch die geplanten Mittelverwendungen für Zinsen und Tilgungen im Ausmaß von 50,1 Mio. € und Gewinnausschüttungen im Ausmaß von 20,9 Mio. € betrug der Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit bei geringfügig sonstigen Veränderungen insgesamt -68,9 Mio. € (Vorjahr: -94,5 Mio. €). In Summe führte das zu einer Verringerung des Finanzmittelfonds der liquiden Mittel um 59,2 Mio. € (Vorjahr: Erhöhung um 98,6 Mio. €).

### 4. Nicht finanzielle Leistungsindikatoren

#### a) Mitarbeiter

Auch das Jahr 2021 war erneut stark durch die Corona Pandemie geprägt. In sämtlichen Ländern wurden geeignete Maßnahmen gesetzt, um den operativen Betrieb und die Weiterentwicklung der Mitarbeiter sicherzustellen. Dabei wurde die Nutzung digitaler Medien stark ausgebaut.

So bietet die interne Lern-Plattform WeDevelop laufend zahlreiche Lern- und Entwicklungsmöglichkeiten. Darunter finden sich digitale Angebote, wie beispielsweise E-Learnings und Videos, sowie auch von internen & externen Trainer\*innen begleitete Lernformate.

Auch die Führungskräfteentwicklung stand im Jahr 2021 ganz im Zeichen digitaler Methoden, wobei der Fokus auf jenen Führungskräften lag, die neu in ihrer Rolle sind. Im 4. Quartal wurde dazu ein komplett neues Format, das „New Leaders Program“ ins Leben gerufen.

Für Succession & Talent Management wurde 2021 an einer neuen Herangehensweise gearbeitet, und als Basis ein Rahmenprozess zur Erhebung von Nachfolgerisiko und High Potentials in einigen Pilotorganisationen eingeführt, um die Voraussetzung zu schaffen, zwei Drittel der Schlüsselpositionen möglichst intern besetzen zu können.

Um das Thema „Employee Experience“ noch stärker in den Mittelpunkt unseres Handelns zu stellen, wurde 2021 mit der Einführung eines unternehmensweiten Employee Engagement Survey gestartet, das 2022 flächendeckend durchgeführt wird. Die Befragung bietet allen Mitarbeiter\*innen die Möglichkeit, ein offenes Feedback darüber zu geben, wie sie ihre Arbeit und unser Unternehmen empfinden – ein wichtiges Feedback das dabei hilft, auf allen Ebenen des Unternehmens datengestützt Verbesserungen in der Organisation ab- und einzuleiten.

Neben den bereits genannten strategischen Initiativen, hat die Lehrlingsausbildung bei Umdasch seit Jahrzehnten einen hohen Stellenwert.

#### b) Nachhaltigkeit (Integrated Reporting)

Mit dem Geschäftsbericht 2018 hat die Umdasch Group einen neuen Weg im Corporate Reporting beschritten. Dem Rahmenwerk des IIRC (Internationalen Integrated Reporting Council) fol-

gend berichtet die Unternehmensgruppe seither transparent ihre Bestrebungen hinsichtlich eines integrativen Nachhaltigkeitsansatzes. Im letzten Jahr wurde dieser um 16 Kennzahlen in den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Soziales erweitert. Der vorliegende Bericht stellt nun die Entwicklung dieser KPIs dar, sowie zahlreiche Maßnahmen, die zu deren positiven Fortschritt beitragen sollen. Parallel bereitet die Umdasch Group sich strategisch und organisatorisch auf die Erfüllung der Richtlinien vor, die durch die Europäische Taxonomie-Verordnung ab dem Berichtsjahr 2023 für die Gruppe gelten und umzusetzen sind. Die Basis unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung wird bis dahin um den Kriterienkatalog der Verordnung erweitert und entsprechend angepasst.

Im Zuge der Re-Positionierung der Umdasch Group wurde das Thema Nachhaltigkeit als eine der vier tragenden Säulen der künftigen Business Strategie identifiziert. Sowohl die eigenen Prozesse (Corporate/Product Carbon Footprint) als auch zukünftige neue Geschäftsfelder betreffend (Kreislaufwirtschaft entlang des Lebenszyklus eines Bauprojektes) setzt die Umdasch Group auf Nachhaltigkeit als Entwicklungs- und Wachstumstreiber zur Erreichung der globalen Klimaziele.

### 5. Wesentliche Risiken und Ungewissheiten

Risiken sind ein wesentlicher Bestandteil jeder Geschäftstätigkeit. Zu nachfolgenden Risiken wird im Rahmen systematischer Vorgangsweisen versucht, die Risiken und Ungewissheiten weitgehend zu begrenzen. Eine vollständige Vermeidung der Risiken kann damit aber keinesfalls erreicht werden, da auch immer abzuwägen ist, welche Kosten-Nutzen Relation man mit diversen Absicherungsinstrumenten erreicht.

Das derzeit aus der dynamischen Entwicklung der Rohstoff- und Energiepreise besonders auftretende Preisänderungsrisiko kann speziell in der Division Doka durch Verträge mit möglichst kurzfristiger Preisbindung im erforderlichen Umfang an den Markt weitergegeben werden. Unterstützt wird das auch durch die derzeit starke Baukonjunktur und dem allgemeinen Materialkostendruck auf alle Bauzulieferer. In der Division umdasch Store Makers ist die langjährige Kundenbindung eng mit Preisfixierungen gekoppelt. Es leitet sich daraus ein gewisses Preisänderungsrisiko ab, welches nicht immer vollständig an den Kunden abgewälzt werden kann.

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 Umdasch Group AG stützt ihre Tochtergesellschaften (Doka GmbH, umdasch Store Makers Management GmbH, Umdasch Group Ventures GmbH und Umdasch Immobilien GmbH) mit ausreichend Eigenkapital aus und finanziert sie darüber hinaus im Wesentlichen über variabel verzinsten Konzerndarlehen „at arm's length“.

Die Obergesellschaften der Divisionen wiederum finanzieren ihre Töchter ebenfalls über Eigenkapital und Intercompany Loans, wann immer möglich in lokaler Landeswährung. Die dabei entstehenden Fremdwährungsrisiken werden damit auf Divisionsebene konzentriert und durch Termingeschäfte zum Teil gesichert.

Dem Cash-Flow und Liquiditätsrisiko wird mit einem monatlichen Monitoring zur Entwicklung der Nettobankschuld vorgesorgt. 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 Schulscheindarlehen – in Österreich und international finanziert. Die Finanzierung ist Großteils Euro-basiert und variabel.

Das Zinsänderungsrisiko für die langfristige Finanzierung wird teilweise durch Zinsswaps abgedeckt.

Dem Forderungsrisiko wird durch ein konzernweites Kundenkreditmanagement Rechnung getragen, mit Kreditprüfung bei Auftragsannahme, einem definierten Genehmigungsprozess sowie einem entsprechenden Credit Collection Prozess. In einigen Ländern bestehen Kreditversicherungen zur Absicherung des Forderungsausfalles.

Durch die hohe IT-technische Vernetzung sieht sich die Umdasch Group einem gewissen Cyberisiko gegenüber. Im Wesentlichen sind das Themen wie Vertraulichkeit der Daten, Eingriffe in das IT-System von außen, Verfügbarkeit der IT-Systeme, Ausfall der Kommunikationssysteme und Ähnliches. Diesen Risiken wird durch „State of the Art“ IT Security Systemen, aktuellen Datensicherungsmethoden und strengen Zutritts- und Zugriffskontrollen begegnet. Darüber hinaus gibt es regelmäßige IT-Security- und Datenschutz-Trainings der Mitarbeiter. Über strategische und operative Themen entscheidet ein regelmäßig tagendes Data Security and Information Committee (DISC).

### 6. 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 2021 konnten dabei folgende wesentliche Neuprodukte auf den Markt gebracht werden:

#### HCK (High Capacity Kit) und UniKit:

2021 erfolgte die Markteinführung des schweren Stahlbaukastens HCK. Erste Baustellen konnten erfolgreich umgesetzt werden. Im Zuge Doka Infrastrukturstrategie wurden die beiden Systeme UniKit und der schwere Stahlbaukasten HCK in ein Baukastensystem zusammengeführt. So können zukünftig vielfältige Infrastrukturlösungen aus einem modularen Produktportfolio angeboten

werden. Erste Systemlösungen sind bereits als Standard erhältlich und für Großbaustellen, z.B. in Kanada und Schweden beauftragt. Auf Basis der Kernbauteile des Baukastensystems werden sukzessive weitere Systemlösungen vor allem für den Infrastrukturbau entwickelt.

#### Rahmenschalung DokaXlight

2021 wurden weitere Markteinführungen in Europa und Kanada erfolgreich durchgeführt und bestätigen den hohen Bedarf an einer einfachen, ergonomischen sowie kostensparenden Rahmenschalung im Neubau oder Bauen im Bestand. In 2021 wurden darüber hinaus weitere Zubehörteile entwickelt.

#### Rahmenschalung Framax Xlife plus Upgrade

Mit der neuen Framax Xlife plus Elementhöhe 3,00 m schließen wir die Lücke zwischen dem 2,70 m- und dem 3,30 m-Element und können nun eine praktische Zwischenhöhe anbieten, die speziell im Wohnbau häufig gefordert wird. Ab sofort kann man diese 3,00 m-Höhe schnell und wirtschaftlich ohne zeitaufwändiges Aufstocken mit nur 2 Anker-ebenen schalen. Zusätzlich haben wir unsere Framax Xlife plus auf ein neues Niveau gehoben. Es werden nun alle Elemente (auch Großelemente) in unserer neuen Anlage pulverbeschichtet und der Wechsel auf ausschließlich offene Funktionsprofile im Rahmen bedeuten noch höhere Qualität, Lebensdauer und Flexibilität für unsere Kunden.

#### Rahmenschalung ReFormaX

Mit der Rahmenschalung ReFormaX will Doka das Hoch- und Tiefbau-Segment in Osteuropa und in der Region MEAAP erschließen und damit neue Kunden- und Marktsegmente aktiv adressieren. ReFormaX deckt die lokalen Marktbedürfnisse dieser Fokusbereiche bestmöglich ab.

H2O basic NC: Der Schalungsträger H2O basic NC erfüllt sämtliche Anforderungen der EN 13377 und ist aus der Holzart Kiefer aufgebaut. Kiefer verfügt im Vergleich zur Fichte über idente mechanische Eigenschaften, ist jedoch auch in Zeiten von Rohstoffknappheit verfügbar.

Im Bereich umdasch Store Makers betreibt das Unternehmen keine Grundlagenforschung. Ein Schwerpunkt wurde auf die Integration von digitalen Lösungen in Möbelsysteme gesetzt. So wurden neben Kassenlösungen auch intelligente Brotmöbel, aber vor allem die Reihe Liquid und Solid Dispenser entwickelt. Mit diesen Maschinen kann der Verpackungsanteil bei der Abgabe von Flüssigkeiten (Waschmittel, Reinigungsmittel etc.) oder auch Stückgut und festen Stoffen (Tabs oder Lebensmittel wie Reis usw.) reduziert werden. Diese von uns entwickelten Geräte verfügen über künstliche Intelligenz und ermöglichen eine ansprechende „Customer Journey“. Führende Markenartikelunternehmen aber auch der gesamte Drogerie- und Lebensmittelhandel sind an den von umdasch Store Makers entwickelten Lösungen interessiert.

## 7. Digitalisierung

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde der Vertrieb der digitalen Services allen voran CONTACT, DokaXact und Concremate konsequent ausgebaut. Dadurch konnte die Projektanzahl deutlich gesteigert werden.

So war DokaXact bei Großprojekten in den USA, Kanada, Frankreich, Deutschland, Schweden und UK im Einsatz. Auch die Anzahl an CONTACT-Projekten mit Schwerpunkt auf der DACH-Region konnte deutlich gesteigert werden. Darüber hinaus wurde 2021 der Markteintritt in UK mit einer spezialisierten Vertriebsmannschaft vollzogen und erste Projekte mit digitalen Services erfolgreich abgewickelt. Die in 2021 identifizierten Hürden im Vertrieb der digitalen Services werden in der Strategieausrichtung 2022 berücksichtigt und gegengesteuert.

Produktseitig stand die technische Stabilisierung und Optimierung von DokaXact im Vordergrund. Weiters wurden die Grundlagen für eine gruppenweite IOT-Infrastruktur gelegt.

Bei umdasch Store Makers betraf der größte Teil der Weiterentwicklung im digitalen Bereich die umdasch Store Makers Experience-Plattform. Das ist eine Softwareplattform, die es einem Handelskunden ermöglicht, alle digitalen Einrichtungen (von der elektronischen Preisauszeichnung bis zu einem digitalen Plakat) mit einer einzigen Software zu steuern. Zahlreiche Kunden setzen diese Plattform bereits ein. Die daraus generierten Wartungs- und Serviceerlöse finanzieren die Innovationsmittel bereits in voller Höhe.

## 8. Merkmale des internen Kontroll- u. Risikomanagementsystems im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess

Die Umdasch Group AG ist mit einer Anzahl von Risiken konfrontiert, die ein systematisches und kontinuierliches Risikomanagement erforderlich machen. 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
- ausführlicher KYC Prozess und Compliance mit allen relevanten Sanktionsregelungen

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 berichtet 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 Risikoindekatoren in den Bereichen Auftragseingang, Umsatz, Markt, Debitorenmanagement, Einkaufs- und Verkaufspreise, Qualität, Vorräte, und Währungsrisiken.

## 9. Compliance

Die Umdasch Group und ihre Divisionen 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. Zusätzlich zu regelmäßigen Reports der Compliance Ambassadors besteht auch ein extern betriebenes anonymes Hinweisgebersystem.

## 10. Ausblick und Ereignisse nach dem Abschlussstichtag

Die zunehmenden Volatilitäten der Weltwirtschaft – und damit auch der Bauwirtschaft – machen weiterhin ein Fahren auf Sicht nötig: Volatilitäten und Unterbrechungen der globalen Supply Chain, Materialkostensteigerungen, Energiekostensteigerungen bedürfen flexibler und agiler Ansätze im Sourcing und Pricing.

Die gesamte Gruppe führt eine umfassende Überarbeitung der Strategie durch. Value Pools für Wachstum anhand des Gebäudelebenszyklus werden identifiziert. Digitalisierung sowohl intern („Digitize the Core“) als auch extern mit digitalen Produkten steht dabei im Mittelpunkt.

Die Division Doka geht von einem leichten Wachstum und einem etwas moderaterem Ergebnis als 2021 aus. Die umdasch Store Makers hoffen trotz der schwierigen Situation in Russland auch ohne Umsatzwachstum auf ein positives Ergebnis. Die Umdasch Group Ventures plant ihre ersten wesentlichen Umsätze, um damit einen Beitrag zu den weiterhin hohen Entwicklungskosten leisten zu können.

Die Investitionstätigkeit beschränkt sich auf kostenoptimierende Ersatzinvestitionen vermehrt unter Berücksichtigung umweltrelevanter Gesichtspunkte. Eine weitere wesentliche Erweiterung der Produktionskapazitäten ist nicht vorgesehen. Im Vordergrund steht der Ausbau und die Modernisierung des Vertriebsnetzes.

Amstetten, 22. April 2022

Der Vorstand



Mag. Dr. Wolfgang Litzlbauer

Die Umdasch Group AG hat mit 1.1.2022 in ihrer Division umdasch Store Makers die Produktions- und Vertriebsgesellschaft Umdasch Shopfitting LLC, Dubai zu einem Anteil von 60 % an einen strategischen Partner abgegeben. Die Gesellschaft scheidet damit aus dem Konsolidierungskreis aus. Sie hatte im Jahr 2021 einen Anteil von 0,6 % am Konzernumsatz.

Die Russland/Ukraine Krise betrifft seit Ende Februar 2022 sowohl die Division Doka als auch umdasch Store Makers. Betroffen davon ist die lokale Produktion der beiden Divisionen als auch der Vertrieb. Insbesondere ist in der Division Doka in der Ukraine ein völliger Stillstand der Bauaktivitäten eingetreten. umdasch Store Makers sind vor allem vom Rückzug internationaler Konzerne vom russischen Markt betroffen.

Der Umsatzanteil beider Länder am Konzernumsatz 2021 war mit ca. 2,4 % gering. Risikominimierende Maßnahmen in dieser Krise beziehen sich einerseits auf die Verminderung der Assets z.B. den Abverkauf von Vermietvermögen – sowie einer konsequenten Anwendung des KYC Prozesses sowohl auf der Kunden- als auch auf Lieferantenseite.

Indirekte Auswirkung auf die Weltwirtschaft sind zu erwarten – insbesondere die Energie- und Rohstoffpreise sind teilweise bereits kräftig gestiegen. Die Weitergabe der gestiegenen Kosten an den Markt wird analog 2021 angestrebt. Die Gesamtauswirkung auf die Umdasch Group ist aus aktueller Sicht nicht abschätzbar – wir gehen jedoch nur von einer moderaten Abweichung der grundsätzlich positiven Planung 2022 aus.

## 11. Sonstiges

Die Beteiligung der Division Doka an der amerikanischen Gerüstfirma Atlantic-Pacific Equipment LLC (AT-PAC) wurde am 30.6.2021 von 20 % auf 27,8 % aufgestockt. Ebenfalls wurde das Lateinamerikageschäft per 30.6.2021 von AT-PAC zu 100 % gekauft.

Mit 30.6.2021 schied Prof. DI Mag Friedrich Rödler aus dem Vorstand der Umdasch Group AG aus. Seine Aufgaben wurden von Dr. Andreas Ludwig übernommen. Per 1.7.2021 wurde Dr. Wolfgang Litzlbauer Vorsitzender des Vorstands.

Dr. Andreas Ludwig zog sich per 31.12.2021 aus dem Vorstand der Umdasch Group AG zurück und übernahm Projekte insbesondere im Bereich Nachhaltigkeit und ESG. Mit 1.1.2022 wurde Dkfm. Gerd Pechura als CFO in den Vorstand berufen.



Dkfm. Gerd Pechura

# 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 2021, der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, der Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung und der Konzernkapitalflussrechnung 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 2021 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.

Wien, am 22. April 2022  
Deloitte Audit Wirtschaftsprüfungs GmbH

Mag. Friedrich Wiesmüller e.h.  
Wirtschaftsprüfer

ppa. Mag. Elisabeth Keiblinger e.h.  
Wirtschaftsprüferin

• 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 aufgrund 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 beigefügte 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.

Innovation befähigt uns,  
brennende globale  
Herausforderungen zu  
lösen

# Unsere Visionen

Antworten auf wichtige gesellschaftliche, ökologische und ökonomische Fragestellungen können nur gemeinsam gelöst werden. In unserem Fall sind das Lösungen, die entlang des gesamten Lebenszyklus eines Gebäudes effizient und nachhaltig wirksam werden: Von der Entwicklung über die Planung, den Bau, die Ausstattung und Einrichtung, den laufenden Betrieb und die Sanierung – bis zum Rückbau und Recycling am Ende der Lebenszeit.

# Menschenwürdiges und leistbares Wohnen für die breite Masse

Die Herausforderung

## Unsere Lösung Die mobile Fertigteilfabrik NEULANDT 3P

Mit NEULANDT 3P verwirklichen wir das Versprechen, das im Namen steckt: Neues Land derart zu gestalten, dass dieses in gesellschaftlich, wirtschaftlich und ökologisch wertvollen Lebensraum verwandelt wird. Und zusätzlich trägt die Ausbildung vor Ort eingesetzter Arbeitskräfte zur lokalen Wertschöpfung bei, während die mobile Feldfabrik ihre Zelte schon beim nächsten Bauprojekt aufschlägt.

Schneller und günstiger bei höherer Qualität, das sind die drei zentralen Leistungsversprechen unserer mobilen Fertigteilfabrik N3P: Zeitgewinn entsteht durch den standardisierten Fertigungsprozess mit der Schmetterlingstechnologie, die auf einer klappbaren Stahlschalung basiert. Die gute Qualität wird durch die technisch durchdachte Planung der Schalungsausführung und den kontrollierten Betonvorgang sichergestellt. Und die Kostenvorteile ergeben sich durch die Fertigung direkt auf der Baustelle.



### SDGs



### Fakten zum Musterhaus:

- 43 m<sup>2</sup> Bungalow
- 2 Schlafzimmer
- 1 Badezimmer
- 1 Wohnzimmer mit Küche



### NEULANDT 3P in Kenia

Die kenianische Bevölkerung wächst stetig, und es werden zunehmend mehr Menschen in Ballungsräumen leben. Im September 2021 haben wir daher Akteure der kenianischen Bauindustrie eingeladen, um ihnen vorzustellen, wie die heimische Bauindustrie durch den Einsatz unserer Technologie transformiert werden kann. Präsentiert wurde ein NEULANDT Fertigteilhaus, welches mit sichtbarer und erlebbarer Qualität die Besucher überzeugte. Das Musterhaus wurde von NEULANDT mit Unterstützung der Architectural Association of Kenya und der nationalen Baubehörde entworfen. Die Montage der Fertigteile und der Ausbau des Hauses erfolgten durch ein lokales Bauunternehmen. Gemeinsam wurde sichergestellt, dass die Anforderungen an einen besseren Lebensstandard, wie er in der Big-4-Agenda der Regierung angestrebt wird, erfüllt werden. Der definierte Grundriss erlaubt die Produktion von 2.600 Einheiten pro Jahr.

### N3P Technologie

Die patentierte Schmetterlingstechnologie ermöglicht es, Wand- und Deckenelemente einschließlich Aussparungen und technischer Einbauten ergonomisch in horizontaler Lage vorzubereiten, bevor der Beton in vertikaler Position der Schalung in der Batterie gegossen wird. Durch die Kombination der mobilen „Plug & Play“-Produktionsanlage mit unseren Planungsleistungen wird ein effizient getakteter Produktionsprozess sichergestellt.

### Kick-off für leistbaren Wohnraum an der Elfenbeinküste

Auch an der Elfenbeinküste steht der Zugang zu leistbarem Lebensraum an oberster Stelle der politischen Agenda. Um die Nachfrage zu stillen, wird die erste N3P zur Jahreshälfte in Abidjan durch unsere Tochtergesellschaft NEULANDT Côte d'Ivoire mit lokal ausgebildeten Arbeitskräften in Betrieb genommen. Das bedeutet konkret: Fertigteile für den Bau von bis zu 1.000 Häusern können binnen eines Jahres produziert werden.



# Welche Die große Frage Perspektiven eröffnet das Metaverse?

Ein Denkansatz

## Digitale Stores für virtuelle Güter um reales Geld



©shutterstock.com/pancha.me

Ewiges Leben hat seit jeher die Fantasie der Menschen angeregt. Der große Traum von der Unsterblichkeit könnte auf eine ganz andere Art und Weise erfüllt werden, als ursprünglich erhofft und in vielen Science-Fiction-Romanen beschrieben.

SDG



Die Ausübung von Sport, die Teilnahme an Veranstaltungen, das Erlebnis einer fast echten Reise, ohne das eigene Wohnzimmer zu verlassen, eine Ausbildung zu absolvieren, die Mitwirkung an einem Spiel oder auch das Treffen mit Freunden – das alles ist im Metaverse möglich, gepaart mit einfachen haptischen Erfahrungen.

Einige menschliche Grundbedürfnisse können bislang im Metaverse aber noch nicht vollzogen werden, wir können dort nicht essen oder trinken, und reales Küssen geht auch (noch) nicht. Die gesamte Bandbreite an Gefühlen ist aber im Metaverse möglich und natürlich auch das Einkaufen.

2021 wurden erstmals substanzielle Umsätze mit virtuellen Gütern gemacht. Die eigenen Avatare sollen ja nicht wie arme, ungeliebte Verwandte auftreten müssen und schlechter gekleidet sein als man selbst. Man hält schließlich etwas auf sich.

Mit Grundstückskäufen, nicht vorhandenen Yachten, Kunstgegenständen oder Markenartikeln wurden zu Weihnachten 2021 bereits Milliardenumsätze in Form von NFTs (Non Fungible Token, konkret virtuelle Güter) gemacht. Nike, adidas, Gucci, Burberry, Dior und viele andere Markenartikel- oder Luxusgüterunternehmen verkaufen so Codezeilen für echtes Geld.

Mit digitalen Zwillingen beschäftigen wir uns schon lange, digitale Stores können wir ebenfalls mit der Unterstützung von Virtual- oder Augmented-Reality-Brillen zum Leben erwecken und damit das Erlebnis für Konsumenten sehr nahe an die Realität heranführen. Gewissermaßen bei Harrods in Knightsbridge einkaufen, ohne körperlich in London zu sein. Oder an der Autogrammstunde von Robert Lewandowski im FC Bayern München Flagship-Store am Münchner Marienplatz teilnehmen (dieser außergewöhnliche Ort wurde übrigens von den umdasch Store Makers konzipiert und umgesetzt) und ein personalisiertes Trikot des Fußballstars erwerben, während man in San Francisco beim Frühstück sitzt. Gleichzeitig an mehreren Orten sein und Schrödinger bestätigen, Einstein aber widerlegen, das klingt jedenfalls spannend. Die Welt kann mit fast allen Sinnen erschlossen werden, ohne die eigenen vier Wände zu verlassen.

Die umdasch Store Makers und die Schwester-gesellschaft Umdasch Group Ventures werden diese grenzenlose Reise begleiten und für unsere Kunden neue, praktisch unendliche Märkte erschließen. Machen wir uns gemeinsam auf den Weg vom Marienplatz ins Metaverse und wieder zurück (wer das dann noch will).



Vom Marienplatz in  
München ins Metaverse  
(und wieder zurück)

Blenden wir einmal kurz zurück.

Im Jahr 2003 startete das „Second Life“ als Internetanwendung. Erstmals wurde den Menschen die Mög-

lichkeit geboten, neben ihrer alltäglichen Existenz ein weiteres Leben (oder sogar mehrere) in einer virtuellen Welt zu erschaffen. Man kann diese zweite Lebensrealität als Videospiel verstehen, das allerdings mit all den sich ergebenden Zufälligkeiten nach vorne gelebt werden konnte. Vor knapp 20 Jahren waren jedoch die technischen Voraussetzungen noch nicht erschaffen, weder Verarbeitungsgeschwindigkeit noch Speicherkapazität und schon gar nicht die erforderlichen Prozessoren boten den Übersiedlern in das „Second Life“ jenes Erlebnis, das den Durchbruch ermöglicht hätte. Auch Blockchain, Smartphones und Kryptowährungen harrten noch der Einführung, somit fehlten viele erfolgskritische Voraussetzungen für eine breite Auswanderungswelle in das „Second Life“.

Nach diesem ersten und letztlich nur begrenzt breitenwirksamen Versuch, eine Parallelwelt aufzubauen, verlor die Idee an Glanz und Dynamik.

Höchst erfolgreiche Videospiele mobilisierten in den 2010er-Jahren hunderte Millionen Spieler und reduzierten somit die Schwellen und Eintrittsbarrieren. Menschen begannen sich mehr und mehr mit den eigenen Figuren (oder Avataren) zu identifizieren und investierten reales Geld, um Spielfiguren vorteilhaft auszustatten, man könnte sagen aufzurüsten. Zahlreiche sehr erfolgreiche Geschäftsmodelle entstanden rund um den Videospiegelmarkt.

Von dort war es nicht mehr weit zum Metaverse, der Kombination aus realer und virtueller Welt. Die pandemiebedingten Einschränkungen verliehen der Idee einer virtuellen, aber mit der Realität eng verwobenen Welt einen ungeahnten und äußerst dynamischen Schub.

# Wir schaffen Räume

# Räume

## Virtuelle 360°-Erlebnisse von Stores

Unsere digitale Antwort

Inspiziert von der Mission der Umdasch Group – Wir schaffen Räume – hat sich die Umdasch Group Ventures das Ziel gesetzt, Räume wie Stores und Showrooms auch virtuell erlebbar zu machen. Mit der 360°-Technologie ist das nun ohne Einschränkung möglich, und zwar rund um die Uhr, von jedem beliebigen Ort weltweit, ganz einfach mit Smartphone, Tablet, PC oder auch als High-End-Erlebnis mit einer VR-Brille.

Dafür werden bestehende Räume wie Stores oder Showrooms einfach mittels 360°-Fotografie erfasst und in ein virtuelles Erlebnis gebracht und Räume, die noch nicht gebaut sind, durch die Nutzung eines 3D-Modells virtuell zum Leben erweckt. Dabei sind dem Design keine Einschränkungen gesetzt.

Das 360°-Erlebnis von Räumen ist der erste Schritt in Richtung Metaverse, und innerhalb der Umdasch Group gibt es bereits erste Projekte:

### Doka Forum

Das Doka Forum im Headquarter Amstetten gibt Kunden auf 2.500 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche einen Überblick über das umfassende Produkt- und Dienstleistungsportfolio. Mittels der 360°-Lösung können jetzt weltweit Kunden das gesamte Leistungsspektrum mit vielen spannenden Zusatzinformationen wie zum Beispiel Videos und Bildern digital erleben.

### NEULANDT

Die mobile Fertigteilproduktionsanlage NEULANDT 3P (N3P) wird weitgehend am afrikanischen Markt im Einsatz sein. Die Erklärung des Anlagenkonzepts in Märkten, die mit dieser Baumethodik nur wenig vertraut sind, gelingt nun deutlich besser. Durch das 360°-Erlebnis werden die Anlage, ihre Funktionsweise und die damit verbundenen Mehrwerte perfekt veranschaulicht. Tauchen Sie ein in die virtuelle Welt der N3P: <https://vryubiq.com/n3p/>

### Weiterentwicklung und Ausblick

Bei der Technologie gibt es viele Synergien mit dem Baubereich, z. B. CAD-3D-Planung und Reality Capturing von Räumen, und mit dem Storemaking, was Händlern und Herstellern ganz neue Möglichkeiten in Branding, Marketing und Sales bietet. Es wird auch an interaktiven Möglichkeiten im Raum gearbeitet. So wird auch eine Verknüpfung mit E-Commerce möglich, um direkt im virtuellen Store einzukaufen. Das Potenzial der Lösung ist jedenfalls groß.

Nach dem Proof-of-Concept und der Entwicklung des Markteintrittskonzepts startet das 360°-Erlebnis als Service unter der neuen Marke Yubiq. Yubiq steht dabei für „ubiquitär“ und „von überall zugänglich“.

## Doka Forum



## NEULANDT



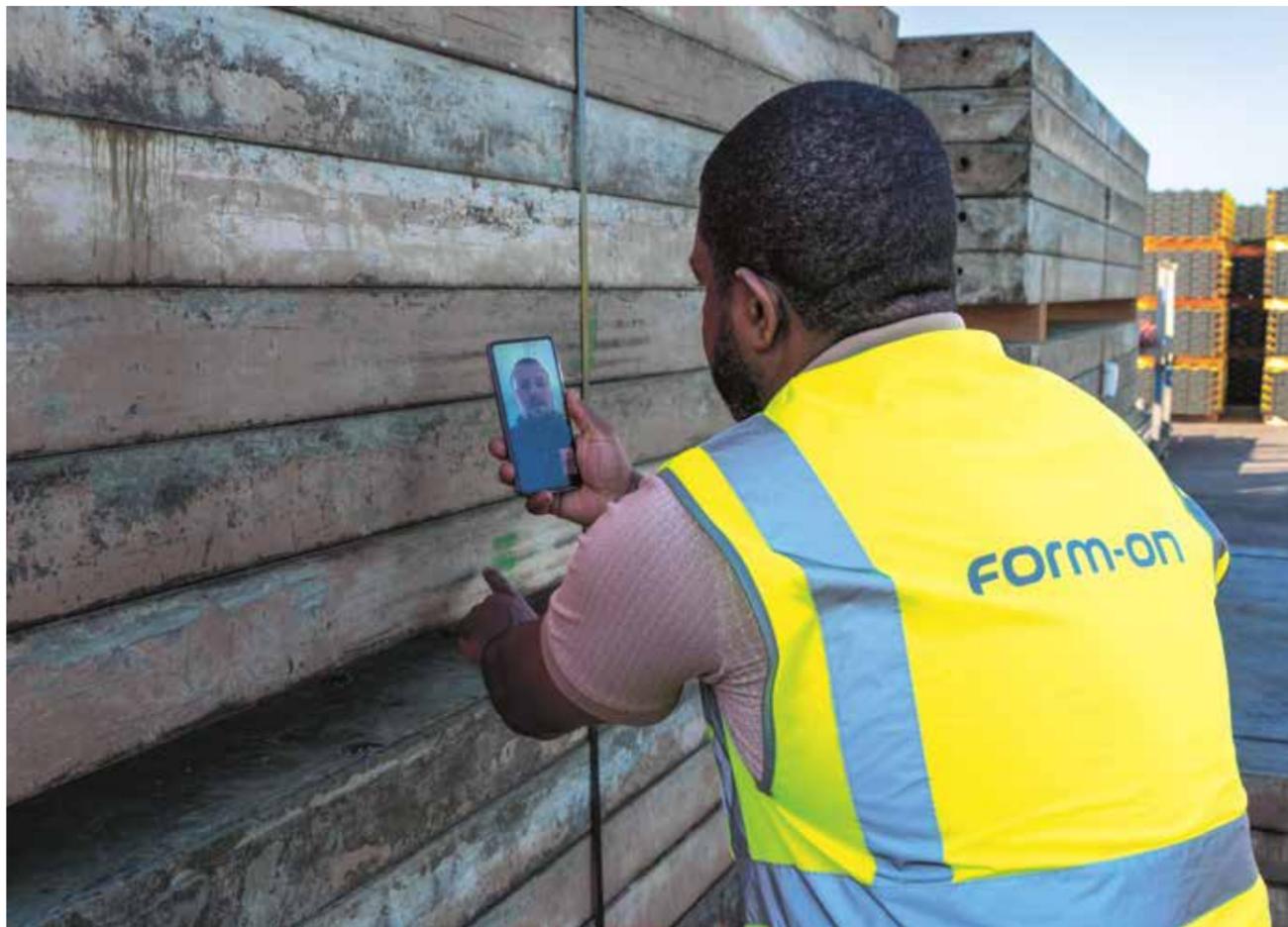
## SDGs



# „Wie kann ich Schalung am schnellsten besichtigen?“

Der Kundenwunsch

Unser Service **Form-on smartVISIT**  
macht's möglich



Form-on schafft ein neues Einkaufserlebnis. Per Online-Tour und persönlichem Video-Live-Chat Schalung besichtigen. Einfach und schnell. Ortsungebunden und flexibel.

## SDGs



„Am Anfang war es schon ungewohnt, mit dem ‚Kunden am Tablet‘ durch das Lager zu gehen – für beide Seiten. Aber mit der Zeit verschwindet diese Barriere und man fühlt sich einfach nur mehr ‚smart connected‘. Das Erlebnis für den Kunden und das Feedback sind äußerst positiv. Mittlerweile sind wir schon routiniert, auch die Kollegen am Lager sind voller Engagement mit dabei und leisten einen tollen Beitrag.“

Alexsandro-Santos-de-Souza  
Customer Service Form-on USED

Der Form-on smartVISIT ist ein weiteres Beispiel, wie Digitalisierung im Vertrieb zur Selbstverständlichkeit wird.

Sprichwörtlich wurde aus der Not eine Tugend gemacht. In letzter Zeit war es ja aufgrund Corona gar nicht möglich, sich vom Zustand und der Qualität der gebrauchten Schalungen durch eine Vor-Ort-Besichtigung persönlich zu überzeugen. Der Kauf eines Gebrauchtgeräts setzt jedoch meist eine Besichtigung voraus. Kunden möchten sich genauer informieren, bevor sie kaufen.

Hier wurde bei Form-on die Idee des smartVISITS geboren. So hat der Kunde oder Interessent die Möglichkeit, bequem von zuhause die Schalung zu besichtigen. Die individuelle Online-Tour mittels Video-Live-Chat durch das physische Warenlager erfreut sich vollsten Zuspruchs. Die Verkäufer beantworten die Fragen wie bei einer Vor-Ort-Besichtigung und zeigen detailliert den Zustand der Schalung. Der Kunde spart jedoch viel Zeit und kann sich trotzdem von der Qualität des gebrauchten Schalungsgeräts überzeugen.

Apropos Qualität – Qualitätsprodukte mit längerer Lebensdauer gewinnen aktuell immer mehr an Bedeutung und erzielen als Gebrauchtgerät einen höheren Wert beim Verkaufen. Auch die neuen Form-on-Komponenten wie Platte, Träger und Stütze werden diesem Anspruch voll gerecht. Engpässe in der Versorgung und die explodierenden Transportkosten, egal ob Straße, Bahn oder Schiff, zeigen auf, dass qualitative Produkte länger leben und damit weniger oft erneuert

werden müssen. Das bedeutet eine Reduktion bzw. Optimierung der Strecken von der Produktion zum Einsatzort und somit weniger CO<sub>2</sub>-Ausstoß.

Am Lager in Ennsbach wurde auch in eine Containerrampe investiert, die eine Containerverladung direkt am Lager möglich macht. Das spart zusätzlich Kosten, Arbeitszeit und Transportwege ein. Form-on ist auch mit neuer Website und dem digitalen Marktplatz für Gebrauchtchalung online gegangen und hat somit seine Rolle als wesentlicher Player im weltweiten Handelsnetzwerk weiter ausgebaut.

In den letzten 25 Jahren ist die Arbeitsproduktivität am Bau um 9,3 % gesunken. Wachstum wurde ausschließlich durch Preissteigerungen realisiert, was à la longue leistbares Wohnen unmöglich macht.\* KREUTZER FISCHER & PARTNER Studie Juli 2019

# Wie lässt sich Effizienz am Bau steigern?

Die Frage

Unsere Antwort 1

## Eine App gegen die Zettelwirtschaft

Umdasch Group Ventures und der Doka-Kunde Porr haben ein Joint Venture gegründet, das ein wahres Effizienz-Problem löst. SEQUELLO heißt es und hat sich zum Ziel gemacht, Bestellung, Lieferschein und Rechnung zu einem durchgängigen digitalen Prozess zu vereinen.

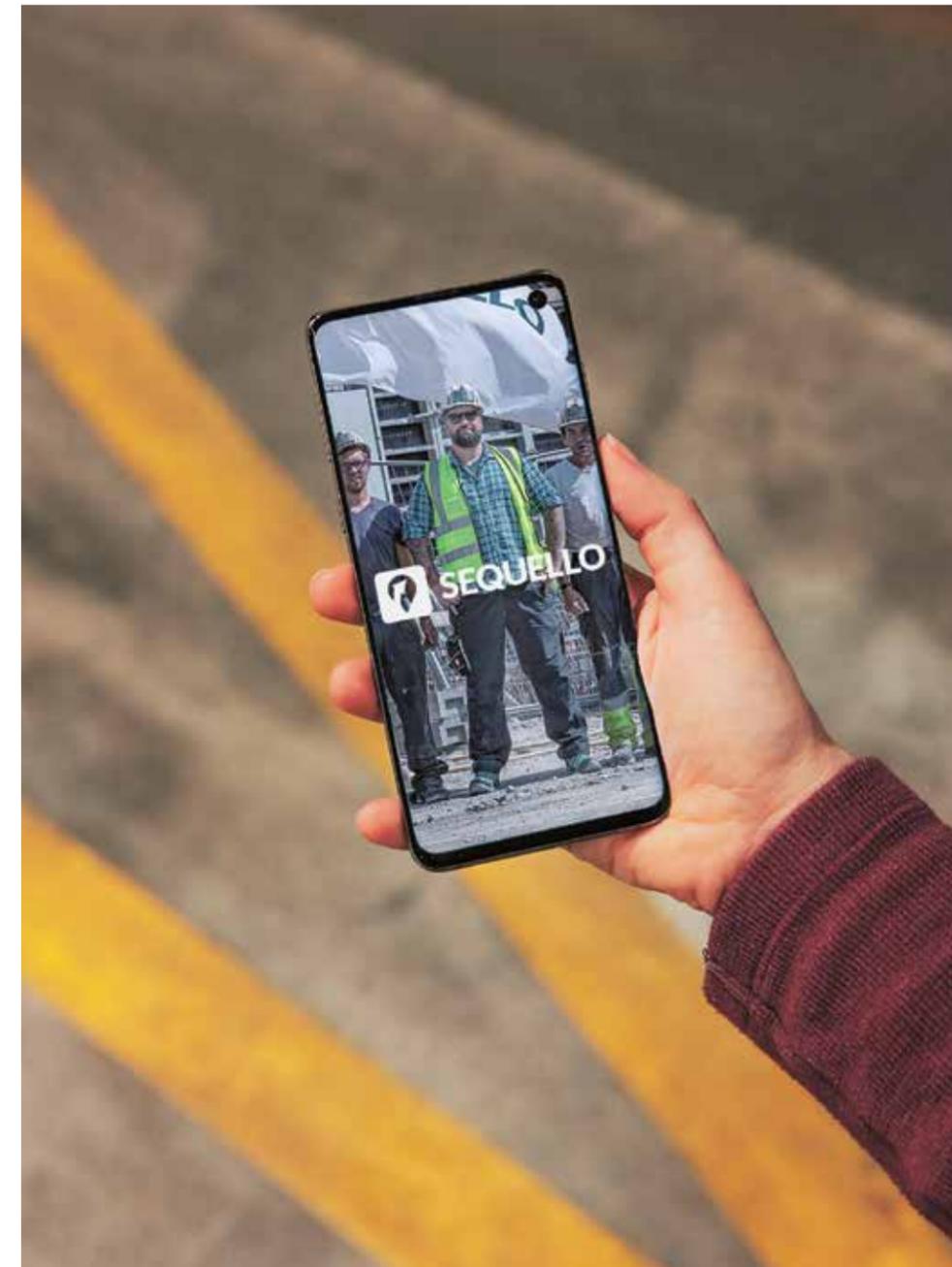
Noch immer dominieren Zettel den Alltag auf der Baustelle. Egal, was grad angeliefert wird, der Polier erhält einen Lieferschein. Am Ende des Tages liegen im Baucontainer viele dieser Durchschläge. Dazu mit händisch notierten Vermerken: „Wird nachgeliefert“, „Paletten retour“, „Position 3 fehlt“!

Dieser händische Vermerk, der bisher auf dem Lieferscheindurchschlag des Poliers einsam vor sich hinschlummerte, wird jetzt in einer digitalen Applikation am Handy oder Tablet vermerkt, und sofort sieht ihn auch der Lieferant und kann die Rechnung entsprechend anpassen oder eine Nachlieferung organisieren.

Seit etwa zwei Jahren wird an der Umsetzung dieser gemeinsamen Plattform gearbeitet, an der am besten alle Partner, die auf einer Baustelle einen Beitrag liefern, teilnehmen.

Auch Mitbewerber, denn SEQUELLO ist umso erfolgreicher, je mehr Unternehmen, die eine Baustelle beliefern, daran teilnehmen. Wobei die Daten darin natürlich geschützt sind und nicht für jedermann einsehbar. Berechnungen haben ergeben, dass SEQUELLO pro Lieferschein bis zu 8 Minuten Zeitersparnis bringt. Hochgerechnet mit angenommenen 1.000 Lieferscheinen, die auf einer 3 Jahre andauernden Baustelle eingehen, ergibt das mehr als 3 Arbeitswochen!

SDGs



KPI 4

# Innovationsrate 15,2 %

Umsatz aller Innovationen (letzte 5 Jahre)  
Umsatzerlöse

Vgl. 2020: 14,7 %

# Ein digitaler Assistent gegen Produktivitätsfallen

Die CONTACT GmbH gehört zur Umdasch Group Ventures und hat mit ihrem gleichnamigen Tool CONTACT ein raffiniertes Werkzeug zur optimalen Steuerung der gesamten Baustelle auf den Markt gebracht. CONTACT vernetzt Material und Personal, Verbrauch und Ressourcen. Und macht den (Bau-) Fortschritt sichtbar.



## SDGs



Wer in der Baubranche arbeitet, ist oftmals konfrontiert mit zu knapp angesetzten Terminen, zu spät angeliefertem Material, zu wenig Personal und zu allem Überdross auch noch mit einem überschrittenen Budget. Genau dafür wurde die CONTACT-Lösung entwickelt. Bei CONTACT steht die Steigerung der Produktivität entlang der gesamten Wertschöpfungskette im Fokus, von der digitalen Planung des Bauvorhabens über die Performance auf der Baustelle und das Setzen der richtigen Schritte, um die Gesamtleistung zu verbessern oder die Kosten zu reduzieren, bis zur Überprüfung der Nachunternehmer-Leistungen. Alle wichtigen Baustellen-Daten übersichtlich auf einen Blick. Schwarz auf Weiß im Dashboard.



Zahlreiche namhafte Bauunternehmen hatten CONTACT bereits im Einsatz:

### Gemeinsam stark – unsere Partnerschaften

Rund eines von hundert Start-ups schafft es bis zum Markterfolg. Ein wichtiger Faktor, um genau dieses eine Start-up zu sein, ist die strategische Zusammenarbeit mit den richtigen Partnern. Aus der Verbindung mit der Tiroler b.i.m.m GmbH ging die neue Software sitelife hervor. Mehrere globale Branchenpartner aus dem Bausoftware- und Baumaterialbereich sind aktuell im Gespräch für die nächsten gemeinsamen Schritte.

### Die digitale Zukunft

Im kommenden Jahr ist CONTACT vor allem auf drei Themen fokussiert: Die globale Bereitstellung der digitalen Lösungen zum kommerziellen Erfolg, das Forcieren von Industrie- und Technologiepartnerschaften, um Branchenlösungen zu entwickeln, und das Verbinden der digitalen mit den analogen Lösungen aus der Gruppe.

- STRABAG AG
- Anliker AG Bauunternehmung
- dechant hoch- und ingenieurbau gmbh
- Fröschl AG & Co KG
- Glass GmbH Bauunternehmung
- Kapl Bau GmbH
- LEONHARD WEISS GmbH & Co. KG
- Leyrer + Graf GmbH
- MAUSS BAU GmbH & Co. KG
- W. MARKGRAF GmbH und Co KG

KPI 5

Innovations-  
freude 3,4%

Gesamtausgaben für Innovation  
Umsatzerlöse

Vgl. 2020: 3,1%

# CONTACT im Einsatz

In Wien entsteht ein neues Stadtquartier mit drei Wohntürmen – The Marks. Schon der Name beweist, dass man mit diesem Wohnprojekt ein städtebauliches Zeichen setzen will.



©schreinerkastler

Ein Landmark in alle Richtungen – neue Technologien, neue Wohnräume, neue Kollaborationen. Das höchste der drei Wohnhäuser, das 128 m hohe The Marks the one, wird nicht nur 400 Wohnungen beherbergen, deren Grundrisse alle unterschiedlich geschnitten sind, sondern auch zwei Kinderspielräume, einen Pool samt Sonnendeck, einen Spa- und Ruhe- sowie Fitnessraum, eine eigene 400 m lange Laufstrecke und mit 2.000 Stellplätzen die größte Bike-Garage Wiens. Ein besonderes Augenmerk wird auch auf Diversität gelegt, so gibt es acht studierenden-WGs neben Senior\*innen-WGs – ein innovatives Wohnkonzept eben, das Wohnen, Arbeiten, Nahversorgung und Freizeit miteinander verknüpft.

„Mit CONTACT haben wir die Gustostücke aus BIM, LEAN & Baustellenteam gemeinsam verbunden und schaffen somit einen wirklich genialen Mehrwert.“

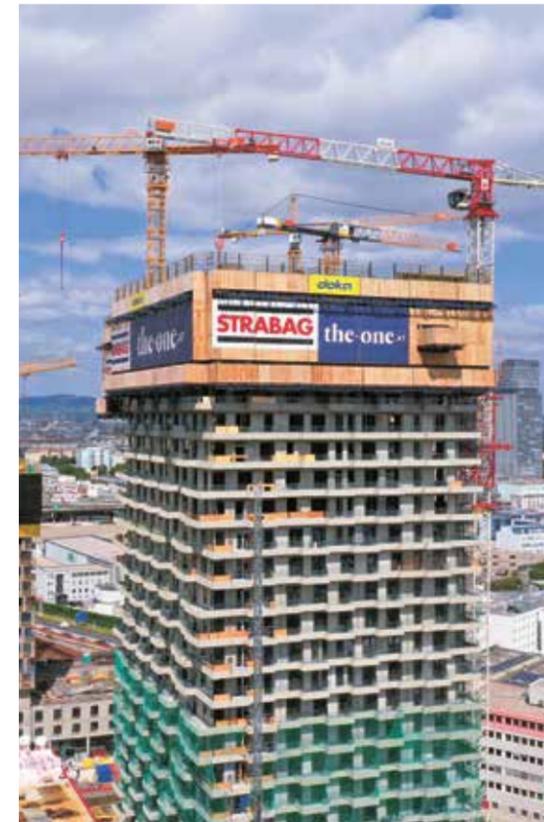
Bmstr. Dipl.-Ing. Walter Haberfellner,  
Function Lead Site Services bei STRABAG AG

## Fertigstellung in Rekordzeit

Für die bauausführende Firma STRABAG stellt der straffe Zeitplan für die Rohbaulaufzeit von 2020 bis 2022 eine große Herausforderung dar. Die Softwarelösung CONTACT und die außergewöhnliche Schalungslösung der Doka für die charakteristischen vor- und zurückspringenden Balkone sind ein wesentlicher Grund, dass die Errichtung unter diesem Zeitdruck eingehalten werden kann.

CONTACT sorgt dabei für die Einhaltung der festgelegten Tages- und Wochenziele. Gibt es eine Abweichung vom Takt, kann sofort reagiert werden. Ein Gegenüberstellen von ähnlichen Arbeitspaketen im Rohbau (Wände, Decken, Stützen) zwischen den Geschossen erlaubt dem Team, die besten Arbeitsweisen einfach zu erkennen und bewusst mit dem Klettern des Turms zu wiederholen.

Apropos Klettern – eine zum Schutzschild erweiterte Kletterschalung mit mobiler Hydraulik tut ihr Übriges.



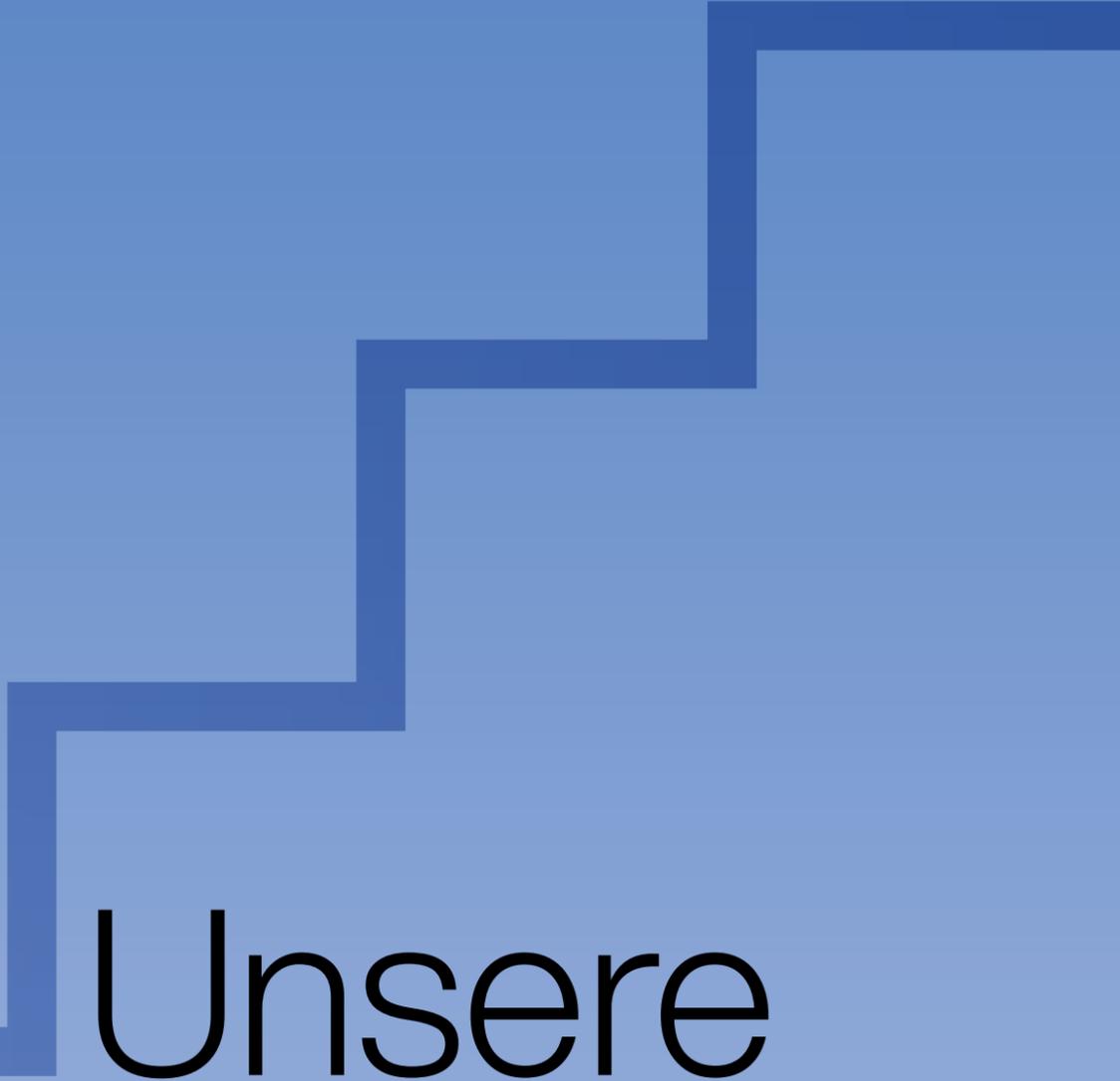
Damit die vor- und zurückspringenden Balkone sicher in schwindelerregender Höhe in Form gebracht werden können, hat Doka eine flexible Schalungslösung gefunden: eine zum Schutzschild erweiterte Kletterschalung aus dem Doka Xclimb 60 Baukasten, die die oberen Geschosse des Gebäudes komplett ummantelt und mit einer mobilen Hydraulik einfach umgesetzt werden kann. Die Deckenschalung ist dabei integriert und die Balkonplatten können so schnell und flexibel hergestellt werden.

Durch den Einsatz der CONTACT Sensoren und Concremote kann unter anderem die Betonfrühfestigkeit leicht errechnet werden. Der hydraulisch kletternde Windschild Xclimb 60 mit Top 50 Einhausung kann somit exakt zur richtigen Zeit, bei erreichter Betonfestigkeit der Stützen, weiterklettern.

## SDGs



Neue Methoden und  
smarte Technologien  
befeuern die großen  
globalen Megatrends



# Unsere Produkte

Explodierendes Bevölkerungswachstum und eine rasch voranschreitende Urbanisierung treffen auf Wohnungsknappheit und mangelhafte Infrastruktur. Gefragt sind effiziente Methoden und Technologien, dazu wertschöpfende Prozesse und ökologische Materialien. Zusammen mit unseren Kunden und Partnern aus Bauindustrie und Handel entwickeln wir Lösungen für eine nachhaltige Zukunft.

## Die Frage

# „Welche Möglichkeiten haben wir, um Werbung auf unserer Baustelle attraktiv zu platzieren?“

Diese Frage hören Key Account Manager und Ingenieure von Doka seit einigen Jahren immer öfter, wie Christian Neumann, Senior Engineer im Global Expertise Center High Rise bestätigt. Investoren, Baufirmen und Vermarkter möchten bereits während der Bauphase zukünftige Kunden und Anrainer auf sich aufmerksam machen und sind deshalb immer auf der Suche nach außergewöhnlichen Lösungen.

## Unsere Antwort

# SiteLight – ein neues Medium von Doka, umdasch The Store Makers und Umdasch Group Ventures

Mit SiteLight wurde ein neues Medium samt Vermarktungspartnerschaften entwickelt, das die altbewährten Werbebanner auf Baustellen revolutioniert und jedes Bauprojekt zum Leuchtturm macht.



Einige Doka-Produkte, wie beispielsweise die Einhausungen bei Hochhausprojekten oder die Gerüste von AT-PAC, eignen sich sehr gut für das Anbringen von Werbung. Soweit nichts Neues. Aber durch die kreative Bündelung mit der Digitalkompetenz der umdasch Digital Retail von den Store Makers können nun solche attraktiven Baustellenflächen auf noch nie dagewesene Weise erschlossen werden. Nämlich digital.

Digital Signage macht ab jetzt Videos und Animationen sowie dynamische Playlisten mit Inhalten des Investors oder des Vermarktungspartners möglich und erzeugt eine moderne Zielgruppenansprache bzw. Interaktion mit dem öffentlichen Raum.

## SDGs



### Ausgeklügelte LED-Technologie

Um besagte Animationen erfolgreich darzustellen, muss LED-Technologie auf Baustellen perfekt zum Einsatz gebracht werden. Dafür ist ein hoher Integrationsaufwand notwendig. Da sich Einhausungen bei Hochhausprojekten Stockwerk für Stockwerk nach oben bewegen und sich dem Baufortschritt anpassen müssen, handelt es sich hier um ein sehr dynamisches Umfeld. Die Doka-Ingenieure und die LED-Experten der Store Makers entwickelten dafür ein System, das den besonders schwierigen Bedingungen auf Baustellen standhält und zudem hochqualitative Inhalte ermöglicht.



Alleinstellungsmerkmal dieser Flächen ist der kontinuierliche Perspektivenwechsel, der durch das Hochwachsen am Gebäude ermöglicht wird.

Bei Baustart sind die Werbeflächen nahe den Passanten vor Ort, doch je weiter der Bau fortschreitet, desto mehr Perspektiven können mit unseren Werbeflächen abgedeckt werden. Ob aus weiter Ferne, aus dem Flugzeug oder von anderen Hochhäusern, die Werbeflächen von SiteLight werden aufgrund der einzigartigen Eigenschaft von nahezu überall sichtbar.

SiteLight widmet sich allen wertvollen, vermarktungsfähigen Flächen auf Baustellen. Ob Kletterschalung, Baustellenzaun oder Gerüst – überall ist der Einsatz unseres neuen Mediums möglich. Sollten sich Investoren dazu entscheiden, ihr Bauobjekt während der Bauzeit als DOOH-Fläche – Digital-Out-of-Home-Fläche – bereitzustellen, übernimmt SiteLight mit professionellen Vermarktungspartnern den Vertrieb ohne zusätzliche Kosten und Aufwände für den Investor.

„Die Standorte von SiteLight bieten sehr außergewöhnliche digitale Werbeplattformen für den einzigartigen und exklusiven Auftritt großer Marken.“

Katrin Robertson, CEO BlowUP media

SiteLight öffnet mit seinen Produkten die Türen zu neuen Märkten für Vermarkter im Digital-Out-of-Home-Bereich, die bisher nicht zugänglich waren, und ermöglicht damit neue temporäre digitale Werbeflächen in für gewöhnlich besonders stark umkämpften Märkten. Die Einzigartigkeit der bespielten Flächen und der Lage ist besonders hervorzuheben, da die Produkte von SiteLight auf den höchsten Gebäuden in den bedeutendsten Metropolen der Welt zum Einsatz kommen werden.

„Wenn umdasch Digital Out of Home auf die Baustelle bringt, ergeben sich damit ein riesiges Potenzial für die ganze Branche und neue Möglichkeiten für Marken.“

Dr. Frank Goldberg, Geschäftsführer Digital Media Institute Germany



„Der Bedarf an eindrucksvollem Real Estate Marketing steigt seit Jahren stetig.“

Tatiana Zhiganova, Geschäftsführerin bei Zeiger Real Estate Marketing

KPI 6

Weiterempfehlungsrate

78,4%

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

## Der Kundenwunsch

Joel van Cranenbroeck, Managing Director, CGEOS – Creative Geosensing SPRL;  
für den Kunden Serneke in Göteborg, Schweden

„Wir haben nach Lösungen gesucht,  
um die Schalung wirklich millimetergenau  
zu positionieren.“ **Goodbye Fadenlot,  
hello Sensorik!**

Unsere Patentlösung

Die Digitalisierung ist ein Game-Changer in  
der Bauindustrie. Das beginnt bereits bei kleinen  
Wunderwerken wie Sensoren.

Das Lot, also die Bleikugel am Faden zum Ausrichten  
von Schalung am Hochhaus, war gestern. Heute er-  
folgt das Positionieren von Schalung mit Sensorik.  
Ohne Fehler und auf Millimeter genau. Liveüberwa-  
chung und Datenaufzeichnung inklusive. Willkommen  
auf der Hochhausbaustelle von heute, willkommen auf  
dem Weg zur Bauindustrie 4.0!

DokaXact heißt das digitale Tool, um das es hier  
geht. Und dass es Kunden ziemlich zufriedenstellt, ist  
einfach zu verstehen: Erleichtert es ihr Leben auf der  
Baustelle doch wesentlich. Denn Schalung wirklich  
genau zu positionieren, zu justieren und dann zu über-  
wachen, war für Poliere bisher Knochenarbeit.

Im Falle von DokaXact geht es um das Positio-  
nieren von Schalung bei vertikalen Baustrukturen wie  
Hochhäusern. Anstelle des Menschen übernimmt die  
hohe Genauigkeitsanforderung der Sensor – ein faust-  
großes digitales Wunderwerk und ein echtes Helferlein.  
Angebracht an definierten Positionen der Wandscha-  
lung, ermittelt es die Neigung der Scha-  
lung in Echtzeit. Netzwerkkomponen-  
ten verarbeiten die Messdaten und  
speichern sie. Die App am mobilen End-  
gerät, Handy oder Tablet, ruft die Daten  
ab und visualisiert so die Lage der Scha-  
lungselemente. In einem Webportal kann  
jederzeit und von überall auf der Welt der  
Schalungsvorgang überwacht, analysiert und  
aufgezeichnet werden.



Manche Kunden sind so angetan von  
diesem Tool, sie sprechen gar von  
einem Baustellenleben vor und nach  
DokaXact.

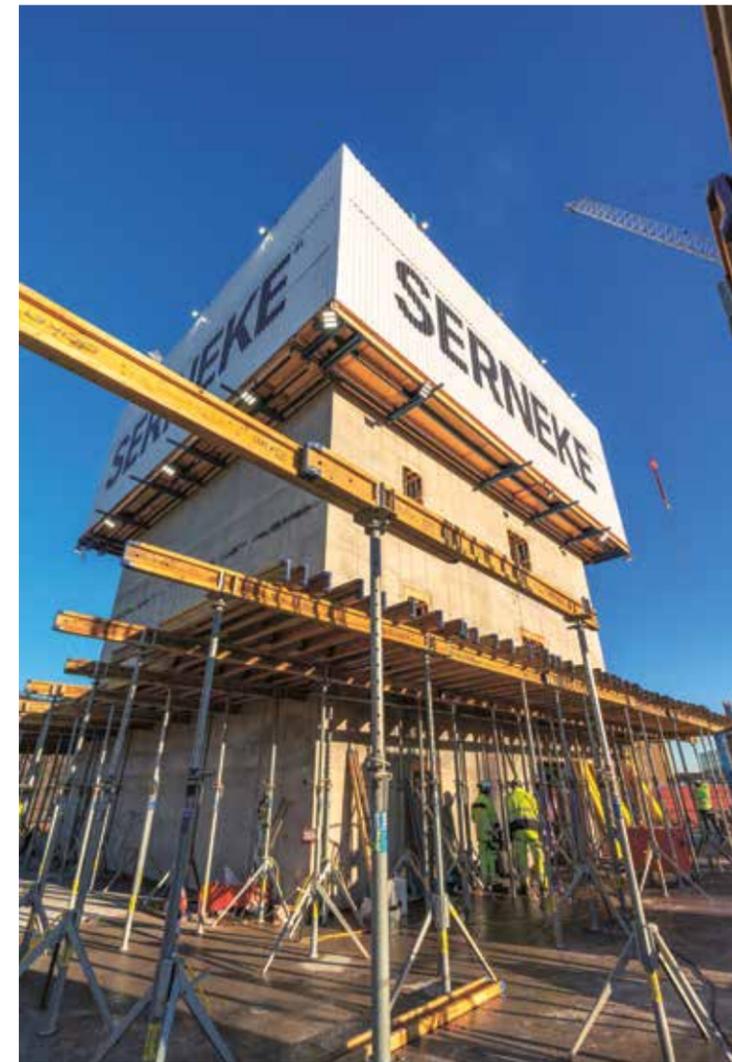
Ob DokaXact zur perfekten Positionierung von Scha-  
lung, CONTACT für den besten Takt bei der Baustel-  
lenarbeit oder Betonanlieferung mit Smart Pouring –  
das sind nur einige von mittlerweile mehreren Tools  
unserer digitalen Services. Alle eint ein Entwick-  
lungs-  
sprung, der seit geraumer Zeit in der Schalungstechno-  
logie zu beobachten ist: mittels digitaler Komponenten  
Werkzeuge und Prozesse intelligent machen und damit  
wertvolle Insights gewinnen. Getrieben ist die Entwick-  
lung von unseren Kunden, die nach Lösungen suchen,  
um Zeit und Geld zu sparen, besser und sicherer zu  
bauen.

Schalung mit Sensorik macht vor allem bei kom-  
plexen, sehr großen Bauobjekten Sinn. Tunnel, High-  
rises oder Brücken brauchen schon aus Gründen der  
Sicherheit eine so präzise Herangehensweise, die nur  
mit Sensoren erreicht werden kann. Schalung mit Sen-  
sorik ist also der Schritt in Richtung Bauindustrie 4.0.

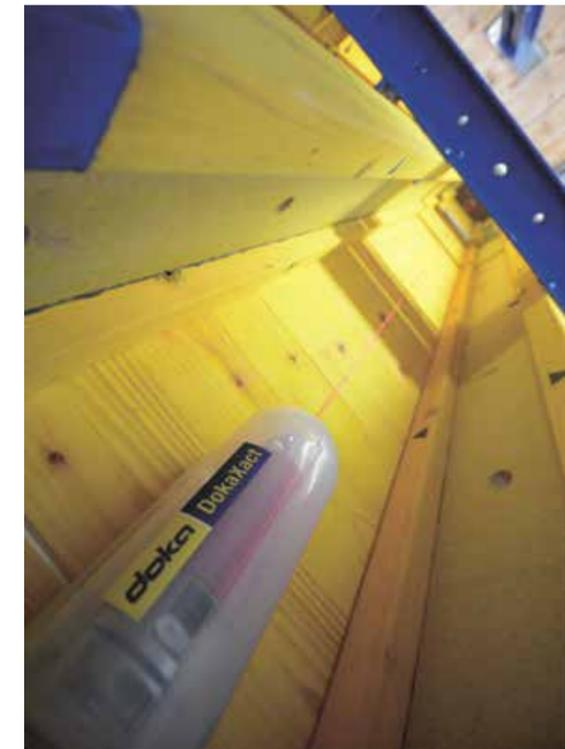
## SDGs



1



2



- 1 Der Einsatz von DokaXact ermöglichte einen optimalen Bauprozess beim 245 Meter hohen Karlatornet-Hochhaus in Göteborg/Schweden.
- 2 Mit DokaXact können die hohen Genauigkeitsanforderungen der Vermessung exakt auf die Schalungspositionierung übertragen werden.

KPI 7

Service-  
quote **47,5 %**

Umsatz aus Services und Dienstleistungen  
Umsatzerlöse

Vgl. 2020: 50,7 %

# Kurze Aufbau-Der Wunsch und schnelle Taktzeiten

Die Lösung DokaMT: Mietbarer Schalwagen  
konzipiert nach  
dem Baukasten-Prinzip

Für die Gemeinden im schweizerischen Toggenburg ist die neue Umfahrungsstraße Wattwil ein großer Meilenstein. Sie wird zukünftig für eine Verkehrsentslastung in den Ortskernen sorgen und die Verkehrssicherheit erhöhen. Auch für Doka ist das Projekt von besonderer Bedeutung. Beim Projektabschnitt Tunnel Lochweidli feiert das Tunnelsystem DokaMT seine Premiere. Zweieinhalb Jahre lang haben die Ingenieure von Doka am neuen Schalwagen getüftelt, bis das System Hand und Fuß hatte und die Antwort auf die Anforderungen des Marktes lieferte: ein mietbares und modular aufgebautes Tunnelsystem für kurze Bauphasen.

Das Schweizer Bauunternehmen ARGE Weidli (Strabag/Heitkamp) ließ sich von dem innovativen One-Stop-Shop-Modell überzeugen. Und so formte der Tunnelschalwagen DokaMT den rund 305 m langen Lochweidli Tunnel. Die Komplettlösung von Doka umfasste neben bewährten Standardteilen auch ein paar Dutzend Komponenten, die eigens für diese Art von Tunnel entwickelt wurden, sowie die Unterstützung bei Aufbau und Demontage des Tunnelsystems vor Ort. Nach der Fertigstellung des Tunnels ging der Schalwagen vom Gleis und zurück in den Mietpark. Die Baufirma konnte sich so eine teure Anschaffung sparen.

Lochweidli Tunnel Projekt

Standort **Wattwil,**  
**Kanton St. Gallen,**  
**Schweiz**

Tunnel in bergmännischer Bauweise Bauwerksart

SDG



1 Großzügige Durchfahrtsöffnungen sorgen für einen reibungslosen Baustellenverkehr.

## 305 m Gesamtlänge



2 Großer Montagefortschritt auf der Baustelle dank vormontierter und einsatzfertiger Stahlkomponenten.

# Geologische Launen und komplexe Geometrien

[Die Situation](#)

[Die Lösung](#) Schalungsplanung in 3D sowie Lieferung vorgefertigter Schalungsmodule

2022 heißt es im bayrischen Töging „Wasser Marsch“, und der für die letzten Arbeitsschritte teilweise trockengelegte Inn-Kanal wird wieder geflutet. Dann werden 410 Kubikmeter Wasser pro Sekunde im Laufkraftwerk Töging gut 31 Meter in die Tiefe rauschen und im Maschinenhaus von drei stattlichen Maschinensätzen verstromt werden. Genug, um damit jährlich 200.000 Haushalte in der Region mit Elektrizität zu versorgen. Auf neun Jahre lang beläuft sich die hydroenergetische Planungs- und Bauzeit des Kraftwerks, das im Sinne der Energiewende die Naturgewalt Wasser bändigen wird.

Doka lieferte eine ausgeklügelte Schalungslösung für dieses komplexe Bauvorhaben und seine anspruchsvollen Geometrien. Mit aufwendigen 3D-Modellen wurden Teile des Bauwerks modelliert und greifbar gemacht. Dank maßgeschneiderter Module, die bereits vorkonfiguriert auf die Baustelle geliefert wurden, konnte sich die bauausführende Firma PORR vollständig auf die Bewehrungsarbeiten und die Betonage konzentrieren und so den straffen Bauzeitplan einhalten.

[Kraftwerk Töging](#) [Projekt](#)

[Standort](#) Töging am Inn, Deutschland

[Wasserkraftwerk](#) [Bauwerksart](#)

SDGs



2.500 Planungsstunden



1 Das neue, leistungsstarke Wasserkraftwerk Töging entsteht direkt neben dem historischen Bestandskraftwerk.  
©Kasjan Choroba

Verstromung von  
410 Kubikmeter Wasser  
pro Sekunde



2 Zur Herstellung des Einlaufbauwerks waren u. a. rund 1.400 Staxo 100-Rahmen im Einsatz.



3 Ohne ein aufwendiges 3D-Modell wäre die Schalungsplanung aufgrund der komplexen Geometrien der Turbinen und Einlaufbecken nicht möglich gewesen.

# Eine wirtschaftliche Lösung für einen der längsten Straßentunnel weltweit

Die Aufgabe

Die Antwort

Adaptierung des Traggerüsts SL-1 für unkomplizierte Tunnelschalung

Stockholm zählt zu den am schnellsten wachsenden Großstädten in Europa. Verkehrstechnisch herrscht in Schwedens Metropole jedoch immer wieder Stillstand. Deswegen wird seit Jahren westlich der Hauptstadt am Stockholm Bypass gebaut. Dafür werden die Landmassen aus Schären und Holmen untertunnelt. Ein Megaprojekt, denn gut 18 der 21 Kilometer langen Route verlaufen im felsigen Untergrund. Nach ihrer Fertigstellung wird die Magistrale zu den drei längsten Straßentunneln der Welt zählen.

Doka konnte ihre Schalungsexpertise bereits an verschiedenen Projektabschnitten einbringen. Allen voran bei zwei Tunneln im Bezirk Skärholmen südwestlich des Stadtzentrums. Für die Doka-Niederlassung in Schweden war dieses Projekt einzigartig. Denn mit der Entwicklung einer Schalungslösung für zwei runde, in offener Bauweise hergestellte Tunnel wurde komplettes Neuland betreten. Das Traggerüst SL-1 wurde so adaptiert, dass der lokale Auftraggeber eine wirtschaftliche Lösung erhielt, mit der ein solches Tunnelformat unkompliziert umgesetzt werden konnte.

Projekt Skärholmen Tunnel

Stockholm, Schweden Standort

Bauwerksart runde Tunnel in offener Bauweise



1 Für die Doka-Niederlassung in Schweden war das Projekt Skärholmen Tunnel eine Premiere: Entwicklung einer Schalungslösung für einen runden, in offener Bauweise hergestellten Tunnel.

SDG



# Ein Wunderwerk an Technik zur Überbrückung des Himalayas Der Bedarf

Der Weg Die richtige Kombination aus Ingenieursleistung, Schalungs- und Sicherheitssystem

Die Anji Khad Brücke in den Ausläufern des Himalayas zählt zu den herausforderndsten Streckenabschnitten der Eisenbahnverbindung Jammu Udhampur Srinagar Baramulla in Indien und wird nach Fertigstellung die erste Schrägseilbrücke des Landes sein. Die 473,25 m lange Brücke mit einem einzigen Pylon verläuft über eine 330 m tiefe Schlucht in extrem unwegsamem Gelände.

Die herausfordernde Geologie der Baustelle und das komplexe Bauwerk an sich erforderten eine ausgeklügelte Schalungslösung. Mit der richtigen Kombination aus Schalungssystemen, Ingenieursleistung und Sicherheitsaspekten konnte Doka bei diesem anspruchsvollen Projekt ihre Kletter-Kompetenz unter Beweis stellen. Für die Errichtung des 331 m hohen und um sieben Grad geneigten Pylons setzte Doka auf die Selbstkletterschalung SKE50. Das System unterstützte den Baufortschritt maßgeblich und bot der Baustellenmannschaft Schutz vor den Witterungseinflüssen. Die Trägerschalung Top 50 war zum Großteil vormontiert und konnte so während des Klettvorgangs auf den Plattformen verbleiben, wodurch sich der Kranbedarf enorm reduzierte. Bereits nach dem ersten Betonierabschnitt kletterte das System komplett kranunabhängig.

Anji Khad Brücke Projekt

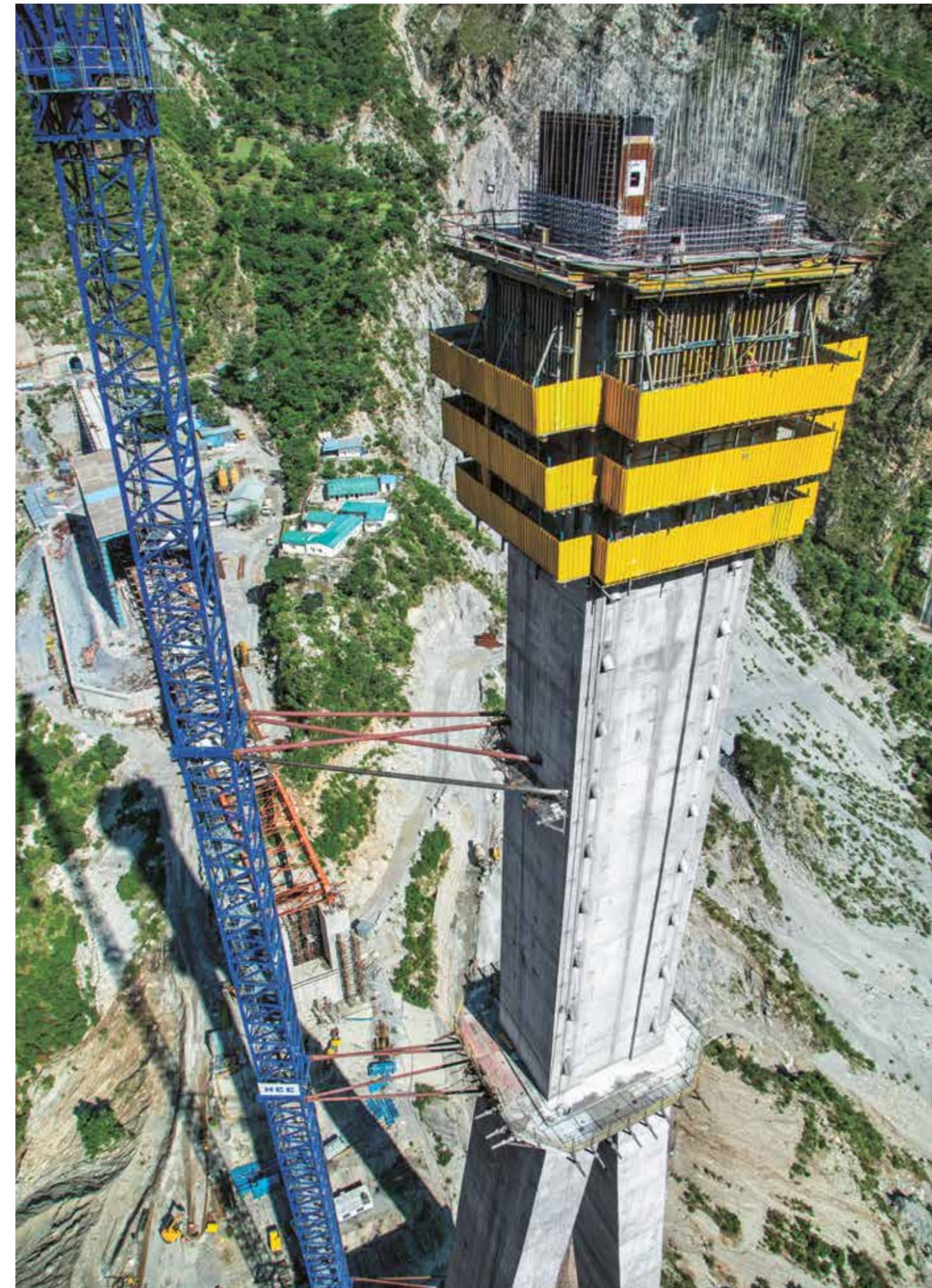
Standort Reasi, Unionsterritorium Jammu und Kashmir, Indien

Pylon Bauwerksart

SDG



331 m Höhe



1 Beim Pylon der ersten Schrägseilbrücke in Indien klettern Schalungssysteme von Doka 331 m hoch hinauf.

7 Grad Neigung

# Schneller Baufortschritt ohne Kompromisse bei Sicherheit und Qualität

Die Lösung Ein ausgeklügeltes All-in-one-Paket

In der usbekischen Hauptstadt Taschkent wächst der erste Wolkenkratzer des Landes und gleichzeitig eines der höchsten Mehrzweckgebäude in Zentralasien in die Höhe. 266,50 Meter wird das Hochhaus Nest One messen und neben Wohnungen und Büros auch ein Hotel beherbergen.

Für den vorgegebenen straffen Zeitplan musste Doka eine Lösung finden, die einen raschen Baufortschritt ermöglicht, ohne dabei Kompromisse bei Qualität und Sicherheit einzugehen. Mit einem ausgeklügelten All-in-one-Paket bestehend aus Selbstkletterschalung, Schutzschild und Dienstleistungen konnte Doka das bauausführende Unternehmen überzeugen. Neben einem Sechs-Tage-Takt und der Einsparung von Personal beim Umsetzen der Schalung konnte dank seiner hohen Wiederverwendbarkeit das Material auf der Baustelle auf ein Minimum reduziert werden. Das bauseitige Ergebnis summa summarum: erhebliche Zeit- und Kostenersparnis.

Projekt **Nest One**  
Taschkent, Usbekistan Standort  
Bauwerksart Hochhaus



1 Mit 56 Stockwerken wird das Mehrzweckgebäude Nest One eine Höhe von 266,50 m erreichen.

## SDGs



# Komplexes Die Herausforderung Brückenbauwerk

## Die Lösung

Ganzheitliche Projekt-  
betreuung

66 m hohe  
Pfeiler

Die Aftetalbrücke ist das Herzstück der Bad Wünnenberger Ortsumgehung und soll zukünftig die Fahrt zwischen Brilon und Paderborn entspannter machen. Mit einer Länge von fast 800 m und 66 m hohen massiven Pfeilern – manche davon stehen in einem Abstand von bis zu 120 m zueinander – ist der Stahl-Beton-Koloss ein echter Blickfang. Die extremen Dimensionen und die komplexe Geometrie zeugen davon, welche Ingenieurskunst sich hinter der Talbrücke verbirgt. Damit verbunden waren hohe Anforderungen an Prozess-, Termin- und Kostensicherheit.

Für Doka galt es das Maximum aus den Schalungssystemen herauszuholen, die richtigen Entscheidungen im Hinblick auf Vorhaltung und Einsatzzeit zu treffen und obendrein für die Baustellenmannschaft sichere Lösungen zu konzipieren. Doka setzte auf Standardsysteme und entwickelte für bestimmte Bereiche individuell angepasste Lösungen. Für die Betonage der Pfeiler kam die Selbstkletterschalung SKE100 plus zum Einsatz. Die V-förmigen Pfeilerköpfe verlangten eine Sonderlösung. Vor Ort übernahm das Team der Doka-Schalungsvormontage für die Pfeiler und Pfeilerköpfe die Erstmontage und das Umsetzen der Schalung. Zur Herstellung des Überbaus waren der Doka-Verbundschalwagen sowie der Schalwagen TU im Einsatz.

Aftetalbrücke Projekt

Standort **Bad Wünnenberg, Deutschland**

Stahlverbundbrücke Bauwerksart

SDG



1 Nach einer Bauzeit von sechs Jahren wird die 785 m lange Aftetalbrücke 2022 für den Verkehr freigegeben.

120 m Abstand zwischen Pfeilern



2 Die Talbrücke wird von insgesamt sechs Pfeilern gestützt, die zum Teil eine Höhe von 66 m erreichen.

# Bei sehr engen Platzverhältnissen äußerst gleichmäßige Betonoberfläche

[Die Projektanforderung](#)

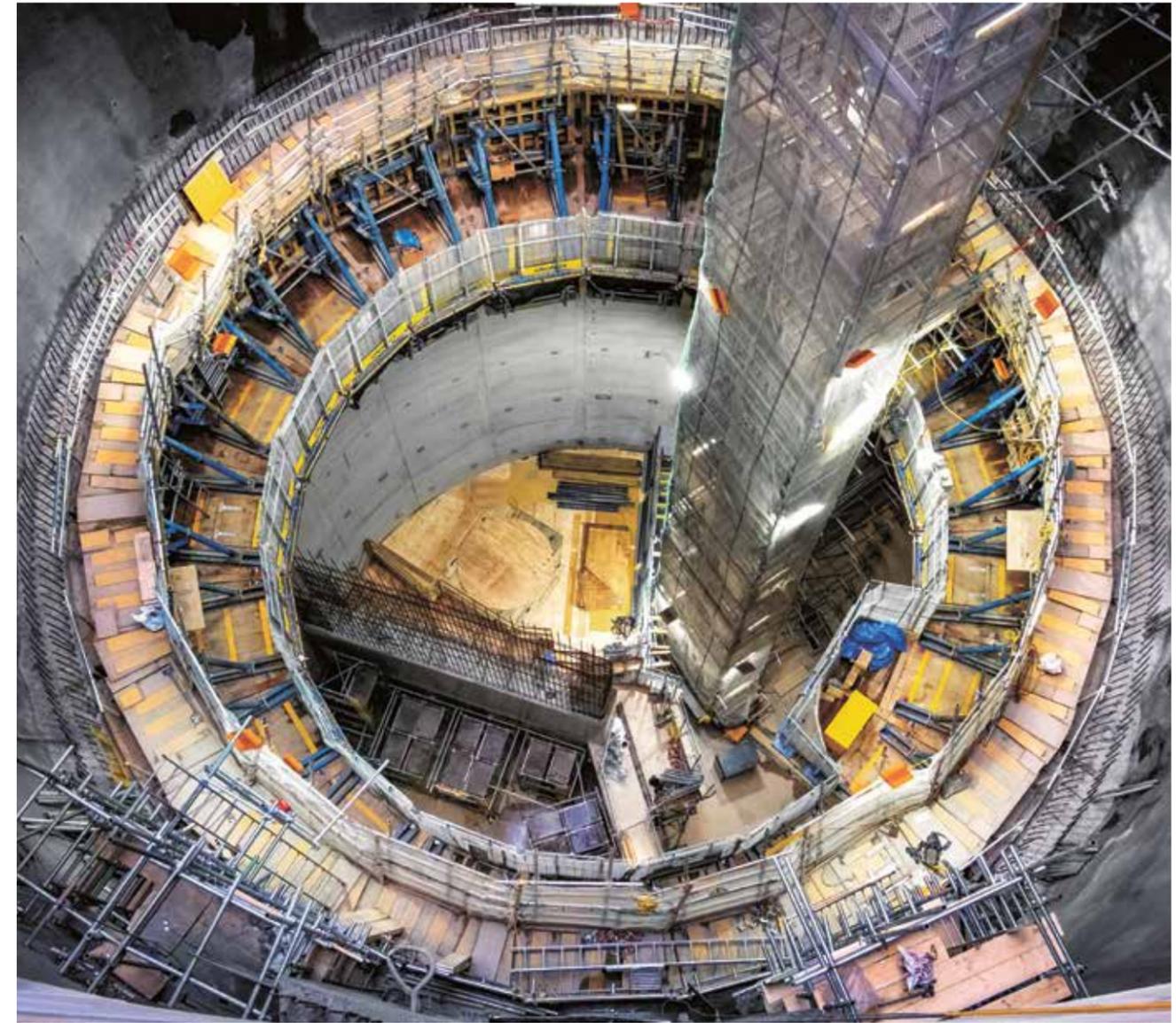
[Die Lösung](#) Cleveres Schalungspaket mit vormontierten Top 50-Elementen

Das bisherige Abwassersystem in London wurde in der viktorianischen Zeit für eine Stadt mit vier Millionen Einwohnern geplant und gebaut. Da die Einwohnerzahl Londons inzwischen mehr als doppelt so hoch ist, übersteigt das viktorianische Abwassersystem regelmäßig seine Kapazität, was zu Einleitungen von Rohabwasser in die Themse führt.

Doka entwickelte ein ausgeklügeltes Schalungspaket für den Projektabschnitt Albert Embankment und dessen enge Platzverhältnisse. Die Lösung musste zum einen eine einhäufige Kletterschalung beinhalten, mit der der 43 m tiefe Fallschacht in Form gebracht werden konnte. Doka schlug hierfür die Sperrenschalung D22 vor. Außerdem galt es während der Bauarbeiten den Schacht leicht zugänglich zu machen. Hierfür lieferte Doka Staxo-Traggerüste und Treppenkonstruktionen. Eine besondere Herausforderung stellte die Betonoberfläche dar. Diese musste bedingt durch die Anforderungen und Endnutzung des Tunnels und der Verbindungsschächte besonders gleichmäßig sein und der Klasse F2 entsprechen. Erzielt wurde dies mit vormontierten Top 50-Elementen.

Projekt **Tideway Super Sewer**  
London, Großbritannien Standort  
Bauwerksart **Abwasserkanal**

## SDGs



1 Doka lieferte eine breite Palette von Produkten und Lösungen für den neuen Abwasserkanal Tideway Super Sewer in London. ©Tideway AE

# Betonoberfläche Der Anspruch und Auskragungen als Designelement

Die Lösung Unkonventionelle Schalungslösung  
mit Stahlblechen  
und Anleihen aus dem  
Brückenbau

Mit seinen 220 Metern wird der 830 Brickell Plaza nach Fertigstellung das vierthöchste Gebäude in Miami sein. Das Bürogebäude bietet weltweit führenden Unternehmen, wie beispielsweise Microsoft, erstklassige private Büroräumlichkeiten. Für das Generalunternehmen G & E Florida und Doka war es die erste Zusammenarbeit.

Für das einzigartige Design des Gebäudes und entsprechend dem Wunsch nach einer außergewöhnlichen Oberfläche der freiliegenden Westwand im unteren Bereich des Gebäudes entstanden in enger Zusammenarbeit vielfältige Schalungslösungen. Um das gewünschte Muster zu erzielen, schlug Doka Stahlbleche vor, die entsprechend den Vorstellungen des Kunden zugeschnitten und an den Elementen der Rahmenschalung Framax befestigt wurden. Hier galt es vor allem das auf den Kran zusätzlich einwirkende Gewicht der Paneele zu berücksichtigen. Außerdem adaptierte Doka ein typischerweise für den Brückenbau eingesetztes System so, dass die Auskragungen an der Südwest- und Nordwestseite des Gebäudes realisiert werden konnten.

830 Brickell Plaza Projekt  
Standort Miami, Florida, USA  
Hochhaus Bauwerksart



1 Im Finanzviertel Brickell in Miami wächst ein neues Bürogebäude in die Höhe.

# Effiziente und schnelle Bauzeit

Der Auftrag

Die Lösung Erstmaliger Einsatz der neuen Gleitschalung Doka-Slipform

In Graz-Seiersberg hieß es 2021 Bühne frei für ein neues Doka-Produkt: die Gleitschalung Doka-Slipform war weltweit zum ersten Mal auf einer Baustelle im Einsatz. Und zwar bei der Errichtung eines Treppenhauses für das Sportgeschäft der Firma Decathlon.

Mit der Implementierung des Gleitbaus in die Produktpalette reagiert Doka auf Kundenanfragen für monolithische Bauprojekte, wo es darum geht, ohne Ankerung und damit ohne Arbeitsfugen und Durchdringung zu schalen. Bei der Gleitbaumethode zieht sich das Schalungssystem selbsttätig hydraulisch nach oben und macht ein permanentes Betonieren rund um die Uhr möglich. So sind fünf bis zehn Meter pro Tag möglich, während mit anderen Schalungssystemen drei bis vier Meter pro Tag hergestellt werden können.

Die wesentlichen Vorteile für Kunden liegen auf der Hand: eine schnelle Bauzeit, begleitet von einem hohen wirtschaftlichen Faktor. Davon zeigte sich auch der erste Kunde von Doka-Slipform, die Baufirma Swietelsky AG, begeistert.

Projekt Sportgeschäft  
Decathlon

Graz-Seiersberg, Österreich Standort

Bauwerksart Treppenhaus

SDG



1 Erfolgreicher erster Einsatz von Doka-Slipform beim Bau eines Treppenhauses.



2 Die Gleitbaumethode erlaubt ein Betonieren 24/7, wodurch hohe Bauprojekte schnell und wirtschaftlich errichtet werden können.

# Passgenauigkeit und hohe Betonqualität Die Anforderung

Die Lösung Sonderschalungsbau und Qualitätssicherung mit Concremote

Im Westen von Linz entsteht zwischen den steilen und felsigen Hängen des Donautals eine neue Hängebrücke. Die schalungstechnische Herausforderung: die beiden Ankerblöcke, die den Übergang zwischen den Felsankern und den tragenden Seilen an den Uferseiten darstellen. Doka konnte das bauausführende Unternehmen mit einem Sonderschalungsbau für das gewaltige Betonvolumen von insgesamt 3.650 m<sup>3</sup> und die besondere Geometrie mit einem nach oben zulaufenden Radius, Durchgängen für Spannröhre und Ankerschwerter sowie zahlreiche Stufen für die Abspannung überzeugen. Außerdem kam das Betonmonitoring Concremote zum Einsatz, um die Gefahr von Rissbildungen aufgrund von Temperaturspannungen im Massenbeton zu minimieren. An insgesamt 18 Messpunkten wurde die Temperatur des Betons kontinuierlich überwacht und über in der Leerverrohrung verlaufende Wasserleitungen gekühlt, sobald sich die Kerntemperatur gegen 60 °C bewegte.

Donaubrücke A26 Projekt  
Standort Linz, Österreich  
Ankerblöcke für Hängebrücke Bauwerksart

SDG



1



1, 2 Für die Herstellung des komplexen, großvolumigen Baukörpers lieferte Doka ein cleveres Paket aus Hard- und Software: die maßgeschneiderte Schalung für den Ankerblock und das Betonmonitoring Concremote zur permanenten Aussteuerung der Betonqualität beim Aushärten.

## Der Projektanspruch

„Mit diesem Flagship-Store möchten wir Magic Moments für unsere Kunden schaffen und gleichzeitig Verantwortung zum Thema Nachhaltigkeit zeigen.“

Unsere Lösung

## „Grüner“ Ladenbau made by umdasch

Der Flagship-Store von Bründl Sports in Kaprun präsentiert sich seit Oktober 2021 als architektonisches und durch und durch nachhaltiges Juwel inmitten des Salzburger Bergpanoramas. Der Ladenbau wurde nach dem Design der Stammarchitekten blocher partners und die digitalen Lösungen nach dem Konzept der Muse Content GmbH von umdasch The Store Makers umgesetzt.



©Christoph Bründl

Christoph Bründl, Geschäftsführer Bründl Sports, erhielt mit seinem Sporthaus als erster Nonfood-Store Österreichs, der nach dem neuen System ÖGNI\* Innenraum zertifiziert wird, die höchste Nachhaltigkeits-Auszeichnung „Platin“ mit „Kristall“.

\*ÖGNI-Zertifikat (in Deutschland DGNB) ist eine im deutschsprachigen Raum anerkannte Auszeichnung der Österreichischen Gesellschaft für Nachhaltige Immobilienwirtschaft.

## SDGs



1 Die ansprechende Kombination aus nachhaltigen Materialien wie Holz aus Österreich und innovativen digitalen Elementen macht den Reiz des neuen Stores aus. ©bründl sports, Joachim Grothus

Auf einer Verkaufsfläche von 2.500 Quadratmetern eröffnet sich der sportbegeisterten Klientel eine Produkt- und Servicewelt sondergleichen: von der gläsernen Skiservice-Werkstatt und dem Skischuh-Fitting-Labor im Untergeschoss über die einladende Boulderwand und die Riesenrutsche für Kids bis zum Lounge-/Bistrobereich samt großer Dachterrasse und Skywalk in 20 Metern Höhe hält jede der sechs Ebenen herausragende Highlights bereit.

Dass es sich dabei um einen rundum „grünen“ Store handelt, beweisen die verwendeten Materialien, die ebenso ästhetisch überzeugen.

Nachhaltige Hölzer aus Österreich wie Weißtanne, Fichte und die so angenehm duftende Zirbe, Rauriser Naturstein und geschliffener Edelstahl, der in seinem Wesen langlebig, temperatur- und korrosionsbeständig ist. Auch mit Recycling-Material wurde beim Ladenbau nicht gespart. So entstanden Kunststoffplatten für die Warenpräsentation aus alten Schokoladen-Gussformen und Textilfaserplatten aus vorwiegend Woll- und Baumwoll-Abfällen der Modeindustrie für vielschichtige Paneele und Wandverkleidungen.

## Eröffnung 10/2021

Für die gewünschte höchste ÖGNI-Innenraum-Zertifizierung war es aber nicht nur notwendig, ausschließlich nachhaltige und umweltschonend hergestellte Materialien mit entsprechendem Nachweis einzusetzen, sondern auch die Ökobilanzen für die Möbel, die Beschaffungswege der Lieferanten und den CO<sub>2</sub>-Ausstoß aller Transporte zu erheben.

In den erfahrenen Händen des umdasch Digital Retail-Teams lagen Lieferung und Montage digitaler Elemente wie Videowalls, Projektoren, Einzelscreens und Beschallungsanlagen für den neuen Store. Diese unterstützen an verschiedensten Stellen die einzigartige Erlebnisinszenierung. Zum Beispiel wird für eine optimale Laufstil-Analyse mithilfe von sechs Projektoren eine 15 Meter lange Laufbahn auf den Boden der Schuhabteilung projiziert.

Wesentlich für das Gelingen dieses visionären Projekts war also auch die interne Zusammenarbeit der drei Store Makers Business Units Premium, Digital und Lifestyle. Somit waren Mitarbeiter\*innen aus Amstetten, Linz, Zagreb und Duisburg bei diesem ganz besonderen Auftrag im Einsatz.

### Standort

## Kaprun, Österreich



3

Verkaufsfläche  
2.500 m<sup>2</sup>

- Wie ein Monolith fügt sich der neue Bründl Flagship-Store in das beeindruckende Salzburger Bergpanorama ein. Ein architektonisches Highlight ist der gläserne Panoramasteg in 20 Metern Höhe über der Kapruner Ache.
  - Eine der spannenden Digital-Lösungen im Store ist die 15 Meter lange, auf den Boden projizierte Laufbahn, die eine genaue Laufstil-Analyse ermöglicht.
  - Teil des Stores sind zahlreiche digitale Touchpoints, welche die Customer Experience in Form von Videowalls und Screens optimieren.
- Alle Bilder ©bründl sports, Joachim Grothus



# Eine neue Generation von Elektronikmärkten

Die Lösung Emotionalisierung, Digitalisierung und einfachste Adaptierung

Projekt Euronics XXL  
Bremen,  
Deutschland Standort

Service Manufacture, Installation,  
Shop Equipment

Digital Retail Concept & Design, Digital Signage,  
Interactive Applications

In Bremen hat Euronics 2021 diesen ersten Elektronikfachmarkt der Extraklasse eröffnet. Der 1.200 Quadratmeter große Store der Kategorie XXL gilt derzeit als innovativster Standort des genossenschaftlich organisierten Einkaufsverbands, dem allein in Deutschland mehr als 1.200 Mitglieder angehören. Damit ist die Herausforderung beschrieben, der sich umdasch The Store Makers im Pitch gestellt haben und den sie letztlich für sich entschieden: ein Konzept zu entwickeln, das sich für unterschiedliche Retailformate adaptieren lässt, möglichst viele Händler anspricht, gleichzeitig die Dachmarke stärkt und obendrein ein sanftes Trading-up einläutet. Mit einer im Luftraum mäandernden Bänderole in leuchtendem Blau, die als zentrales Element Touchpoints visuell verbindet und Orientierung bietet, haben die Ladenbau- und Digitalprofis gezeigt, wie ein rundes Konzept aussieht.



1, 2 Mithilfe der Treiber Emotionalisierung und Digitalisierung zeigten die Store Makers, wie Rundungen gehen, ohne auf Ecken und Kanten zu verzichten.



2



3 Instore-Kommunikation wie beispielsweise Virtual Shelves bringen Mitarbeiter\*innen und Kunden spielerisch ins Gespräch. Auch Click&Collect wurde weitergedacht, indem unabhängig von Öffnungszeiten gehandelt wird: als „Packender Service“, wie man es von Abholstationen kennt.

# Eine Supermarkthalle an einem geschichtsträchtigen Ort

**Die Antwort** Das richtige Gespür für Denkmalschutz, heikle Bausubstanz und zeitgemäßes Einkaufen

Früher Kassensaal des Wiener Bankvereins, heute ein Supermarkt der Superlative: Im historisierenden Flair des denkmalgeschützten Gebäudes hat Österreichs Vollversorger Nummer eins eine Art Best-of seines Sortiments kuratiert. Doch im Reich der Atlanten, Glasfenster und Ornamente gelten eigene Gesetze. Für den Ladenbau der umdasch Store Makers hieß das, sensibel mit der Bausubstanz umzugehen und zugleich typischen Altbau-Tücken wie unterschiedlichen Bodenniveaus, verwinkelten Flächen und Stiegen Tribut zu zollen. Darüber hinaus sind sämtliche Präsentationsmöbel – Regale, Gondelköpfe, Kühltheken – eigens für den geschichtsträchtigen Ort konstruiert worden. Dass Kunden sich auf zeitgemäßem Einkaufsterrain bewegen und gleichzeitig auf Tuchfühlung mit der Geschichte gehen, macht den Reiz des neuen Interspar Schottentor aus.

Projekt **Interspar Schottentor**

Wien, Österreich Standort

Value Engineering, Installation,  
Shop Equipment Service

## SDGs



1, 2 Köstlichkeiten aus aller Welt, gepaart mit Schmankerln aus Österreich, sind in die denkmalgeschützten Räumlichkeiten eingezogen.  
©INTERSPAR/Brunnbauer



2

# Ein anspruchsvolles Projekt in herausfordernden Zeiten realisieren

[Die Problemstellung](#)

[Die Lösung](#) General Contracting als Kompass in stürmischen Zeiten

Ein komplexes Storevorhaben in London in Zeiten von Corona, anspruchsvolle Materialien und raffinierte Einbauten, das obligatorisch enge Zeitfenster – der neue Flagship-Store von Stone Island in Soho hatte das Zeug für ein Filmdrehbuch. umdasch The Store Makers, die den Zuschlag als Generalunternehmer erhielten, fanden sich wegen Covid-19 in der Rolle des Supervisors wieder, der Lieferanten aus ganz Europa vernetzen und remote managen durfte. Gerade der Boden aus italienischem Naturstein mit seinen Anschlussfugen und Hohlkehlen erforderte höchste Präzisionsarbeit. Doch nicht zuletzt wegen der intensiven Kommunikation und Flexibilität aller Beteiligten wurde das neue Aushängeschild erfolgreich an den Start gebracht. Und das Logo der Kultmarke, der Kompass-Badge, entwickelte sich zum Sinnbild für das sicher durch den Lockdown navigierte Projekt.

Projekt **Stone Island**  
London,  
Großbritannien

Standort

Service **General Contracting, Manufacture,**  
Installation

## SDGs



1 Der neu gestaltete Flagship-Store von Stone Island in London präsentiert die Kultmarke als Mix aus begehrttem Designobjekt und einer Art begehbarem Kleiderschrank.



2 Der Store ist geprägt von edlen Naturmaterialien und innovativen Texturen, die – stimmungsvoll beleuchtet und raffiniert arrangiert – zu einer inspirierenden Atmosphäre verdichtet wurden. Bilder ©Stone Island

# Vom Rohbau zum Hotel im Lean Luxury Style Der Auftrag

Die Lösung General Contracting +  
gesamter Innenausbau

In Köln, auf dem früheren Capitol Areal, wo Harald Schmidt und Stefan Raab einst das Genre der deutschsprachigen Late-Night-Show prägten, hat Ruby ein neues Haus eröffnet. „Ella“ folgt, wie jedes Hotel der Gruppe, der Philosophie des Lean Luxury Style, angelehnt an die Kultur des jeweiligen Ortes. Als Generalunternehmer war umdasch für den exklusiven Innenausbau verantwortlich. Das heißt, den Rohbau zu veredeln sowie sämtlichen Zimmern und dem öffentlichen Bereich mit Lobby und Bar Strukturen zu verleihen. Mit der General Contracting-Expertise von umdasch wurde eine Fläche von 5.000 Quadratmetern auf sechs Geschossen mit 186 Zimmern realisiert, dazu anmutige Möbelentwürfe aus Messing und Marmor und elegante Lösungen wie die im Tresen eingebettete Elektronik für den smarten Self-Check-in. Integrierte Vintage-Möbel und Deko-Artefakte im Mid-Century-Chic sind eine Hommage an die Film- und Fernsehscene Kölns und an das Lichtspielhaus Capitol.

Ruby Ella Hotel & Bar Projekt

Standort Köln, Deutschland

General Contracting, Manufacture,

Installation Service

## SDGs



1 Mit der General Contracting-Expertise von umdasch wurden 186 Zimmer in den Lean Luxury Style des Ruby überführt.



2 Stilechte Einbauten, Vintage-Möbel und Deko-Artefakte im Mid-Century-Chic nehmen Bezug auf die Film- und Fernsehscene Kölns – und erinnern an die glamouröse Zeit des Lichtspielhauses Capitol. Bilder ©Ruby Hotels

Ein neuer Anspruch  
an den Arbeitsplatz  
eröffnet jede Menge  
Chancen



# Unsere Menschen



Selten treffen Erwartung und Anforderung so direkt aufeinander wie am Arbeitsplatz. Der jeweilige Anspruch ist hoch. Das spornt an und fordert uns heraus. Zum Nachdenken, zum Aufbrechen alter Denk- und Handlungsmuster und zum Entwickeln ganz neuer Ideen, damit aus dem „great place to work“ ein „best place to be“ wird.

## Die Herausforderung

Der Fachkräftemangel belastet die Wirtschaft und hat laut neuesten Studien der Wirtschaftskammer Österreich einen neuen Höhepunkt erreicht. Besonders betroffen sind das Baugewerbe und die Herstellung von Holzwaren und damit das Kerngeschäft der Doka. Quelle: ibw-Unternehmensbefragung zu Fachkräftebedarf/-mangel 2021

# Wir verstärken die interne Ausbildung von Fachkräften, schaffen zusätzliche Lehrstellen und sogar einen neuen Lehrberuf Unsere Initiative



2021 starteten 17 neue Lehrlinge ihre Ausbildung bei Doka in Amstetten, für 2022 sind 28 Lehrstellen geplant – von Metalltechniker\*innen über Technische Zeichner\*innen bis hin zu kaufmännischen Lehrlingen ist alles dabei. Erstmals auch ein Applikationsentwickler, der dem steigenden Bedarf an Software-Anwendungen Rechnung trägt. Heute holen wir drei unserer Lehrlinge vor den Vorhang.

SDGs



Name: Simone Dippelreiter  
Alter: 17  
Lehrberuf: Maschinenbautechnikerin  
im 3. Lehrjahr

## Wie seid ihr zur Lehre bei Doka gekommen?

**Oliver:** Ich habe eine HTL besucht, musste aber feststellen, dass es nicht das Richtige für mich war. Also habe ich mich auf einem Portal über Lehrberufe informiert und dort den Applikationsentwickler entdeckt. Doka ist eine von zwei Firmen, die 2021 österreichweit zum ersten Mal diesen neuen Lehrberuf ausbilden, also habe ich mich beworben. Das Verfahren ging dann recht schnell. Nach einem Schnuppertag und einem Test bekam ich die Zusage.

**Kevin:** Ich habe vorher eine Spengler-Lehre abgeschlossen. Nach einem Arbeitsunfall musste ich mich neu orientieren und wollte im Bau-Bereich bleiben. Eigentlich hatte ich mir überlegt, als Technischer Zeichner zu arbeiten. Nach einem Schnuppertag habe ich mich dann aber für den Konstrukteur entschieden – damit habe ich eine noch breitere Ausbildung.

**Simone:** Ich wusste zuerst nicht, was für eine Lehre ich machen möchte. Also habe ich bei 20 Berufen geschnuppert – von der Friseurin übers Büro bis zur Tischlerin war da alles dabei (lacht). Ich bin aus der Gegend und habe Doka und die Umdasch Gruppe daher gekannt, und die Maschinenbau-Lehre im Metallbereich hat mich dann angesprochen.

## Wie sieht euer Alltag aus und was sind typische Aufgaben, die ihr erledigt?

Simone: Ich arbeite von 6:45 bis 16:00 Uhr und werde den verschiedenen Abteilungen zugeteilt – dazu gehören unsere Holz- und Metallverarbeitung, das Zentrallager oder auch die Lehrwerkstatt. Dabei lerne ich Dinge wie Fräsen und Schweißen, arbeite aber auch viel mit CAD-Programmen. Ich schreibe auch Programme für unsere großen Produktionsmaschinen. Das finde ich besonders cool: diese großen und auch teuren Maschinen zu bedienen, sodass die alleine arbeiten. Das kann nicht jeder.

Kevin: In meiner Abteilung haben wir flexible Gleitzeit. Das weiß ich echt zu schätzen, weil ich meine Zeit sehr frei einteilen kann. Generell unterstütze ich Kollegen bei Tunnelprojekten und übernehme Einzelteilzeichnungen. Da keine Baustelle gleich ist, ist das sehr abwechslungsreich und international. Ich habe schon bei Projekten in Asien, Australien und Europa mitgearbeitet. Für mich ist das beste Gefühl, zu sehen, wie die Teile, die ich entwickle, bei den Baustellen eingesetzt werden. Im Zuge von Job Rotations bin ich aber auch in Abteilungen wie der R&D und entwickle dort neue Teile.

Oliver: Standardaufgaben habe ich kaum. Eigentlich komme ich in der Früh ins Büro, ohne zu wissen, was ich an dem Tag machen werde. Das gefällt mir aber besonders. Je nachdem, wo Probleme in den Systemen entstehen, behebe ich die. Da kann ich mich auch richtig dran verbeißen und freu mich, wenn ich sie lösen kann. Ich warte Systeme auch selbstständig und habe eigene Projekte. Mit dem Marketing arbeite ich gerade an einem Infoscreen für die bauma Messe, der zur Produktsuche verwendet wird und neue Features haben soll.

Name: **Oliver Baumgartner**  
Alter: **17**  
Lehrberuf: **Applikationsentwickler im 1. Lehrjahr**

## Oliver, wie geht es dir damit, einer der Ersten in einem neuen Lehrberuf zu sein?

Oliver: Generell super. Es müssen natürlich manchmal noch Dinge ausprobiert werden, wie Teile des Lehrplans in der Berufsschule. Und zu zweit eine Klasse zu sein, ist komisch (lacht). Aber es ist auch spannend, Inhalte der Systemtechniker und Netzwerktechniker kennenzulernen. Und bei der Gruppe der App-Entwickler bei Doka fühle ich mich sehr gut aufgehoben. Auch allgemein bei Doka. Wir sind modern ausgerüstet und das Angebot für Lehrlinge und Mitarbeiter ist enorm.



## Kevin, du machst diese Lehre ja am zweiten Bildungsweg, was ist da anders?

Kevin: Na ja, ich bin natürlich älter als die meisten Kollegen in der Berufsschule, wobei der Konstrukteur hier noch dankbar ist, weil viele HTL-Abgänger dabei sind, die auch schon älter sind. Generell fand ich den Bau bei meiner ersten Lehre auch cool, aber die Konstruktion passt jetzt super für mich. Ich will auf jeden Fall auch nach der Lehre weiter in dem Bereich und bei der Doka bleiben. Die Kollegen hier sind ein Traum.



Name: **Kevin Punz**  
Alter: **27**  
Lehrberuf: **Konstrukteur im 4. Lehrjahr**

## Simone, du bist ein super Vorbild für „Frauen in die Technik“, wie geht es dir in der „männerdominierten“ Welt?

Simone: Ich muss mich schon ab und zu durchsetzen, aber sobald man einmal gezeigt hat, dass man etwas kann, ist es kein Thema mehr. Auch in meiner Berufsschule sind schon an die 20 Frauen in technischen Lehrberufen. Also, Mädchen, traut euch!

Kevin: Und lasst euch nichts gefallen ... (lacht)

Simone: Genau (lacht auch). Wobei das hier kein Problem ist und alle sehr hilfsbereit sind. Und bei logischem Denken und technischem Verständnis stehen wir Frauen den Männern in nichts nach.

## Habt ihr noch andere Tipps für junge Leute, die sich für eine Lehre interessieren?

Simone: Ein klares Ja zur Lehre! Man ist unabhängiger und hat sein eigenes Einkommen.

Oliver: Und unendliche Möglichkeiten! Mir war vieles gar nicht bewusst. Wie dass man eine zweite Lehre machen kann oder Lehre mit Matura – das überlege ich gerade.

Simone (grinst): Ich mache auch Lehre mit Matura. Aber du hast recht. Mit 15 ist es halt schwer, so eine Entscheidung zu treffen und man kennt auch oft zu wenig oder wird vom Umfeld beeinflusst. Aber es sollte eine persönliche Entscheidung sein, was man machen will. Also am besten informieren und bei Schnuppertagen ausprobieren.

Kevin: Generell ist auch nichts in Stein gemeißelt. Man kann sich immer umentscheiden. Ich kannte ein Mädchen, das hat von der Zuckerbäckerin zur Spengler-Lehre gewechselt. (lacht)

Oliver: Ich wusste auch nicht, dass man mit Lehre gute Aufstiegschancen hat.

Kevin: Absolut. Vor allem bei einer großen Firma wie Doka. Hier kann man sich in viele Richtungen weiterentwickeln. Da bleibt es spannend.

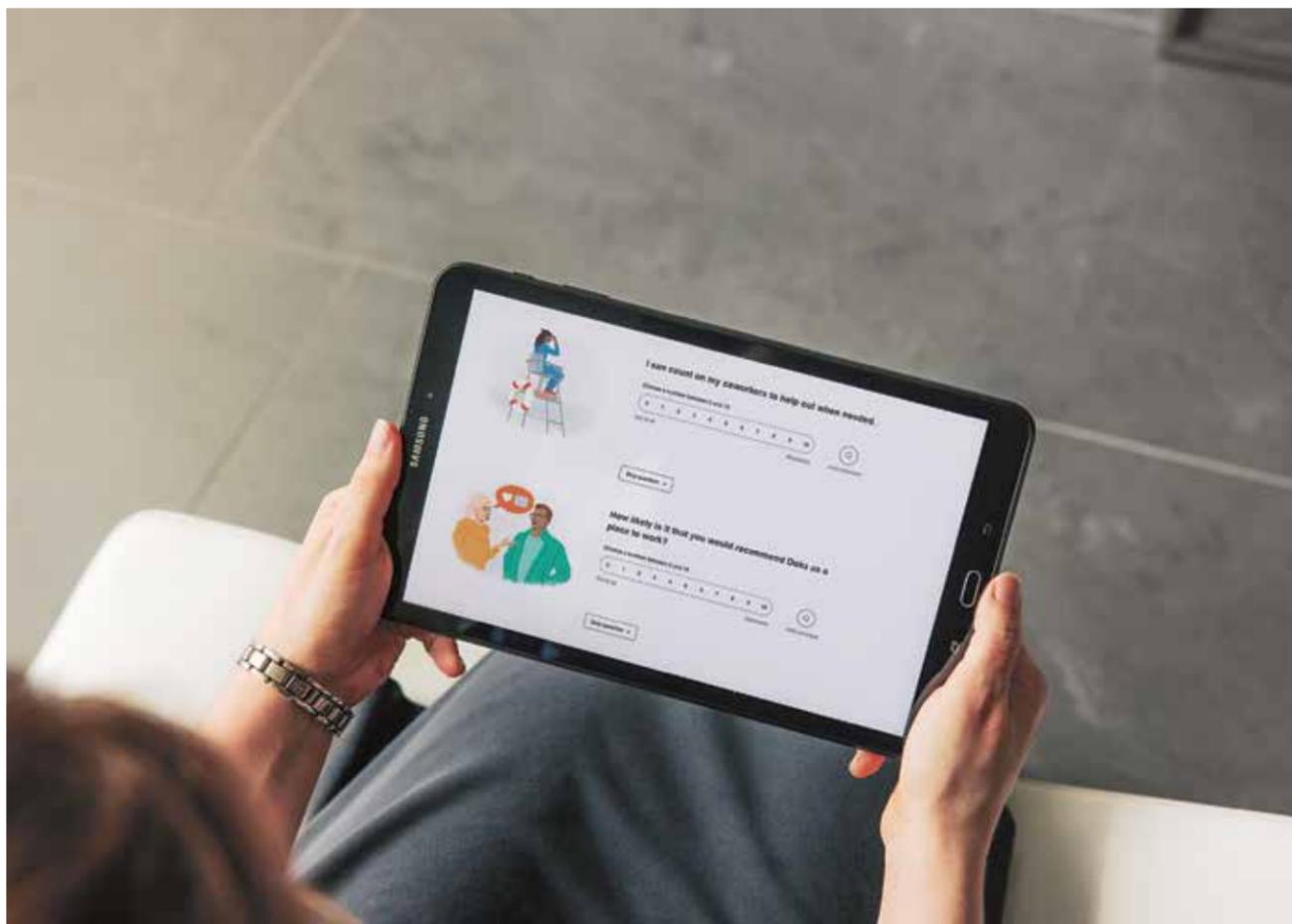
Die Ausgangssituation Employee Engagement ist das Ausmaß, in dem sich Mitarbeiter\*innen für ihre Arbeit begeistern, sich für das Unternehmen engagieren und für Kolleg\*innen, Kunden und den Arbeitgeber die Extrameile gehen. Und engagierte Teams können noch mehr:

Laut Gallup-Studie haben engagierte Teams

- 10 % höhere Kundenbewertungen,
- 17 % mehr Produktivität,
- 21 % größere Profitabilität,
- geringe Fluktuation

Unser Weg

# Engagement für mehr Engagement



SDGs



Bei dieser beeindruckenden Faktenlage und aufgrund von Anfragen von Mitarbeiter\*innen fiel es dem Vorstand der Umdasch Gruppe nicht schwer, sich für die Messung des Mitarbeiter\*innen-Engagements zu entscheiden. Und er ging sogar noch einen Schritt weiter: Die Vorstandsmitglieder verankerten die Befragung als eine der Säulen der Nachhaltigkeitsinitiative „Gelebte soziale Verantwortung“ zentral in unserer Gruppenstrategie.

Damit war der Startschuss gefallen. Noch 2021 starteten eine groß angelegte Pilotierungsphase sowie die Vorbereitung für ein weltweites Ausrollen des gewählten Umfragetools, das die gesetzten Grundanforderungen der absoluten Anonymität, einer einfachen Handhabung und einer weitreichenden Kommentarfunktion erfüllte. Der Einstieg war großartig: Schnell zeigte sich, dass sich unsere Mitarbeiter\*innen mit enorm viel Engagement für mehr Engagement einsetzen. Die Store Makers zeigten Pioniergeist und banden noch in der Pilotphase die gesamte Organisation ein, um allen die Möglichkeit zu geben, gehört zu werden. Doka Kanada setzte mit einem Eventcharakter inklusive Popcorn und Eiscreme-Truck einen hohen internen Maßstab. Und unsere Produktionsstandorte schafften dank speziellem Blue-Collar-Konzept eine unglaubliche Teilnehmerquote von 75 % aller Mitarbeiter\*innen und Leihmitarbeiter\*innen.

Im Juni ist das Ausrollen des Tools planmäßig abgeschlossen, und alle Mitarbeiter\*innen weltweit werden die Chance gehabt haben, sich über die Engagement-Umfrage Gehör zu verschaffen. Danach geht es aber erst richtig los: Wir haben uns verpflichtet, die Ergebnisse mit allen Mitarbeiter\*innen zu teilen, uns gemeinsam mit dem Feedback auseinanderzusetzen und nachhaltige Maßnahmen für unser Arbeitsumfeld und unsere Unternehmenskultur abzuleiten. Spannend wird es dann zu sehen, wie sich die Maßnahmen auf die nächste Umfragerunde 2023 auswirken werden.

KPI 8

# Freiwillige Sozialleistungsquote

€ 3.066



Freiwillige Sozialleistung (€)  
Anzahl Mitarbeiter\*innen

Vgl. 2020: € 2.579

# Ein zweites Jahr im Corona-Modus – ein Ausnahmezustand wird zur Routine

Raten Sie, womit unser Intranet unsere Mitarbeiter\*innen zu Jahresbeginn 2021 begrüßte?  
Richtig, mit einem Update zu unseren weltweiten Corona-Maßnahmen.

Von Gewohnheit zu sprechen, wäre wohl unangebracht. Und doch: Nach einem Jahr im Corona-Modus hatten wir gelernt, wie es sich mit dem Virus im Alltag lebt. 2021 war von einer starken marktseitigen Nachfrage geprägt, die unseren Fokus bildete. Es galt also, sowohl die Gesundheit der Mitarbeiter\*innen als auch die Gesundheit des Unternehmens in eine ausgewogene Balance zu bringen. Gute Prozesse und neue, digitale Kommunikationsformate haben uns bei Transparenz, Schnelligkeit und Effizienz unterstützt und so dazu beigetragen, dass wir möglichst „gesund“ durch 2021 gekommen sind.



Testen, Testen, Testen

Die Tatsache, dass wir unsere Produktionsfähigkeit trotz zweier genereller Lockdowns und hoher Infektionszahlen in der Bevölkerung jederzeit aufrechterhalten konnten, ist zu einem hohen Maß auf die Konsequenz in der Einhaltung unserer Maßnahmen zurückzuführen. Im Herbst letzten Jahres wurde aufgrund massiver Covid-Inzidenzen in Österreich die 3G-Regel in Unternehmen eingeführt. Das bedeutete, nur Genesene, Geimpfte und/oder PCR-Getestete durften das Firmengelände betreten. Wir haben unverzüglich reagiert:

Als Service für unsere Mitarbeiter\*innen wurde eine permanente Teststation eingerichtet, die ein an die Schichten angepasstes, kostenloses Testen erlaubte und ein zeitgerechtes Ergebnis garantierte.

SDG



## Impfen im Unternehmen

Im Mai war es endlich so weit: In Unternehmen konnte geimpft werden. Auch bei uns in Amstetten wurde eine Impfstraße eingerichtet und etwa 600 Mitarbeiter\*innen daraufhin erst- und im Juli zweit-geimpft.

Als Ergänzung machte immer wieder ein mobiler Impfbus Station, der Spätentschlossenen auch im Herbst noch die Möglichkeit einer Impfung bot. Begleitet wurde dieses Angebot von einer weltweiten internen Kampagne mit dem Ziel, unsere Mitarbeiter\*innen von der Wichtigkeit einer Anti-Corona-Impfung zu überzeugen. Sich laufend ändernde gesetzliche Verordnungen, deren meist sehr kurzfristige Bekanntgabe und unklare Formulierungen machten eine Orientierung im Corona-Dschungel für die Bevölkerung schwierig. Unsere HR- und Kommunikationsabteilung war daher gefragt: Verordnungen mussten in Windeseile geprüft, entsprechend interpretiert und simplifiziert an die Belegschaft kommuniziert werden. Ob Quarantäneregeln, Sonderbetreuungszeiten, neue Home-Office-Gesetze, veränderte Ein- und Ausreisebestimmungen, 3G-Regel und die Frage „Was bedeutet das jetzt für uns?“ – unsere Adaptionsfähigkeit in Sachen Pandemie haben wir 2021 zum zweiten Mal in Folge unter Beweis stellen können.



KPI 9

# Gesundheitsquote 96 %

Anwesenheitstage  
Gesamtarbeitstage

Vgl. 2020: 96,5 %

# Steigende Verantwortung für Projektmanager\*innen

Der Startschuss für die neue, über drei Jahre laufende Project Management Academy der umdasch Store Makers fiel im Jänner 2022. Auf dem Programm stehen Kommunikation und Konfliktmanagement. In insgesamt sechs Modulen erhalten die Projektmanager\*innen tiefgreifendes Wissen zu einer umfassenden Palette an Management-Skills. Die in Deutsch und Englisch abgehaltenen Kurse werden von mehreren internen und externen Fachexperten begleitet.



## Unser Kurs

## Die Project Management Academy als Know-how-Booster

Über viele Jahrzehnte hinweg war es ein wesentlicher Teil des Selbstverständnisses der umdasch Store Makers, qualitativ hochwertige Möbel für die Gestaltung von Verkaufsräumen zu produzieren und diese auf Baustellen zu montieren. Das ist auch heute noch eine tragende Säule der Unternehmensstrategie. Das Leistungsangebot hat sich aber ungemein verbreitert: von der konzeptionellen Beratung über das Möbel- und Digitaldesign bis zu General Contracting und der Implementierung von Digital Signage, elektronischer Preisauszeichnung und Co. Dementsprechend haben sich die Anforderungen an die Store Makers verändert – insbesondere jene für Projektmanager\*innen.

Eines ist aber geblieben: die Kernaufgabe, Retail- und Erlebniswelt-Projekte mit all ihren Beteiligten und unterschiedlichen Anforderungen an Hard- und Software zu managen, um schlussendlich bestmögliche Ergebnisse für zufriedene Kunden zu erreichen. Herausforderungen wie beispielsweise Termenschwierigkeiten, Lieferverzögerungen oder Kalkulationsdiskrepanzen gilt es zu bewältigen und dabei die Erwartungen der Kunden, Lieferanten und internen Kolleg\*innen zu erfüllen – ein Balanceakt, der keine leichte Aufgabe darstellt. Projektmanager\*in zu sein heißt gleichzeitig über den Erfolg oder Misserfolg eines Projekts und damit letztendlich auch des Unternehmens zu entscheiden.

## Projektmanagement 2.0

umdasch trägt dieser Tatsache Rechnung und hat gemeinsam mit Experten ein maßgeschneidertes Trainingsprogramm entwickelt. Das mehrjährige Weiterbildungsangebot basiert auf den eigenen Erfahrungen und ist angereichert um Expertenwissen, neueste Techniken und viel Raum für Austausch. Für den Start wurde bewusst das Modul „Communication meets Negotiations“ gewählt. Im Rahmen von zwei Tagen haben die Kolleg\*innen aus unterschiedlichen Business Units theoretische Basics zum Thema Kommunikation und kooperatives Verhandeln gesammelt und diese in ersten Test-Situationen angewandt. Auch Themenblöcke wie Contract & Claim Management, ERP- & Software-Tools, Project Management Methods, Commercial Basics sowie Product & Market Knowledge stehen auf dem Programm.

## Mit den wichtigsten Skills zum Erfolg

Petra Böttlinger-Barth, Director Human Resources, sieht in der Project Management Academy eine zukunftsweisende Initiative: „Um unser Potenzial langfristig ausschöpfen zu können, muss es das Ziel sein, unsere Projekte sowohl nachhaltig als auch wirtschaftlich zu optimieren. Der zentrale Erfolg jedes Projekts hängt daher maßgeblich von den Erfahrungen und Fähigkeiten unserer Mitarbeiter\*innen ab. Mit der Project Management Academy bieten wir unseren Projektmanager\*innen eine hervorragende interne Weiterbildungsmöglichkeit, die auch auf eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit einzahlen soll.“

Zufriedene Kunden, glückliche Kolleg\*innen, stolze Projektmanager\*innen und erfolgreiche Retail-Stores und Erlebniswelten führen schließlich auch zu nachhaltigem Unternehmenserfolg.



KPI 10

# Weiterbildungsintensität 1,8

Trainings- bzw. Schulungseinheiten  
Anzahl Mitarbeiter\*innen

## SDGs



Von den Anfängen der Computer bis hin zu BIM und IoT haben sich die Technologien in den letzten Jahrzehnten rasant entwickelt. Und wie moderne Forschungsinitiativen zeigen, wird dieser Trend weitergehen. Neue Technologien erobern die Märkte, und wir unterstützen Forscher\*innen beim Ausloten der möglichen Nutzungsbereiche.

## Kann man Inhalte mit Augmented Reality (AR) vermitteln?

### Die Fragen

Polycular – ein österreichisches Design-Studio, das sich auf Apps, Games und AR/VR-Projekte spezialisiert hat – sagt: Ja, neue Technologien eignen sich hier gut. Das haben sie bereits 2018 gezeigt, als sie mit der Idee zu einer Learning-Experience-Plattform unseren Josef Umdasch Forschungspreis gewonnen haben. Im Zuge dessen ist auch die Kooperation für eine AR-App entstanden, die spielerisch verschiedene Facetten der Doka-Welt vorstellen soll.

**Die Idee** In einem „Room Escape“-Konzept lösen Bewerber\*innen und neue Mitarbeiter\*innen in verschiedenen Modulen und Stationen Aufgaben und lernen dabei weltweite Doka-Projekte sowie das 1x1 der Schalung kennen.

Danach sind weitere Module angedacht – unter anderem ein Teil, der sich mit der Geschichte der Doka beschäftigt. 2021 gründete sich eine eigene Projektgruppe, die derzeit die Inhalte für die App aufbereitet. Die erste Version soll ab der bauma 2022 genutzt werden können und wird in deutscher und englischer Sprache zur Verfügung stehen.

## Kann man Social Skills in der virtuellen Realität (VR) trainieren?

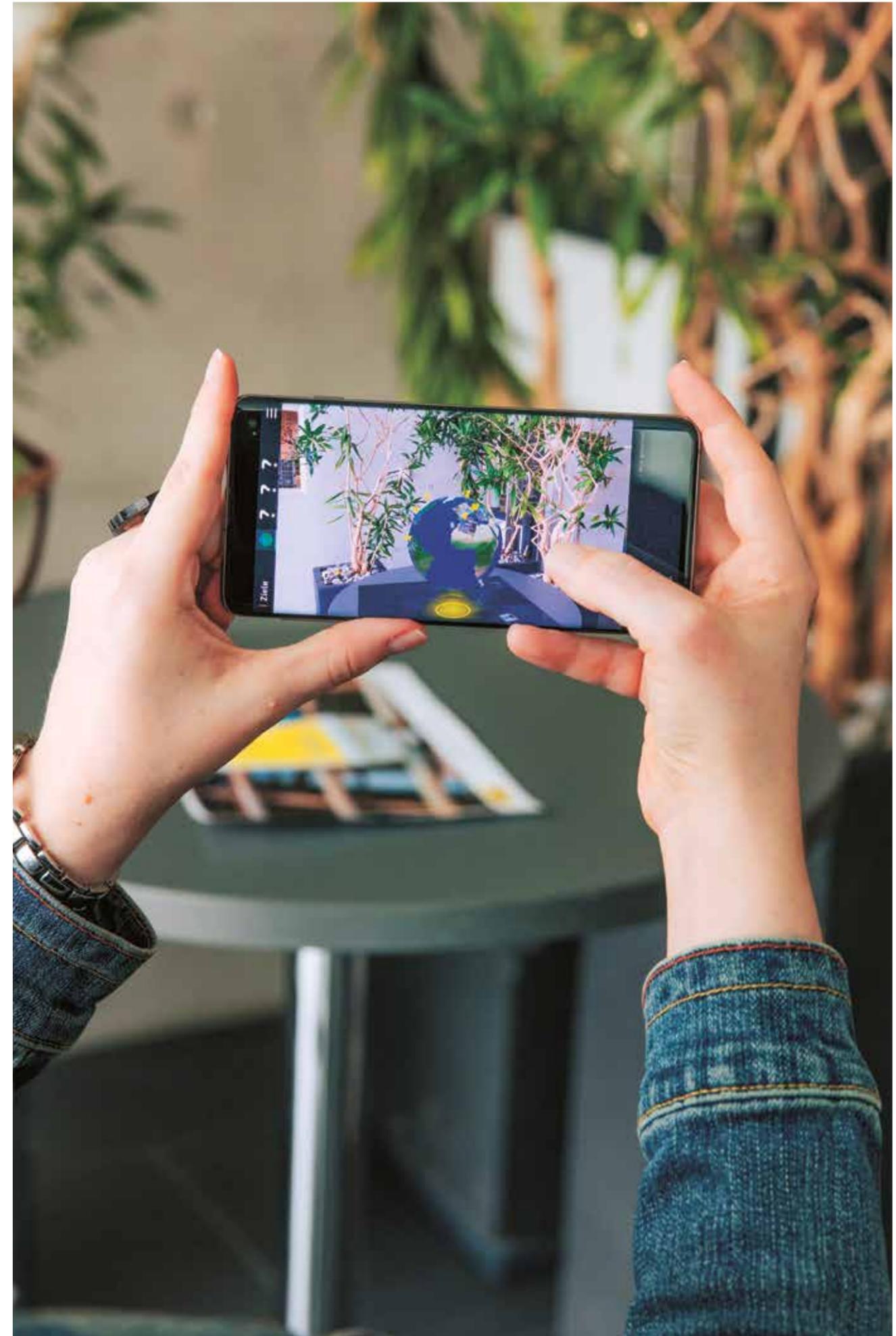
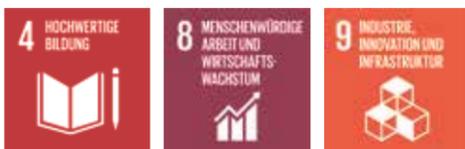
Eine spannende Frage gerade in Zeiten, in denen Covid-19 andere Trainings- und Entwicklungsmöglichkeiten stark eingeschränkt hat. Eine Forschungsinitiative – eine Kooperation des Instituts für Höhere Studien Wien (IHS), dem institute for cultural excellence, der Karl Landsteiner Universität, Polycular und dem Austrian Institute of Technology – ist mit dieser Frage an uns herangetreten.

**Unser Test** Das „Virtual Skills Lab“

Gemeinsam mit Führungskräften der Doka hat das Team Inhalte zu sozialen Kompetenzen erarbeitet und darauf aufbauend einen Dialog ausformuliert. Diese Dialogszene wurde mit einer virtuellen Gesprächspartnerin in das von den Forscher\*innen in den letzten Jahren entwickelte „Virtual Skills Lab“ eingebunden und im Sommer 2021 von Mitarbeiter\*innen der Doka in einer dreidimensionalen Virtual-Reality-Umgebung getestet.

Unser Fazit: Für die Vermittlung von Social Skills gibt es noch Verbesserungspotenzial. Aber auch wenn die Technologie heute noch nicht als Standard eingesetzt werden kann, könnten sich in Zukunft spannende neue Wege für die Persönlichkeitsentwicklung ergeben.

### SDGs



Die These **Klimaschutz im Unternehmen setzt voraus, dass die Mitarbeiter\*innen mit an Bord sind**  
**Sieben Doka-Mitarbeiter\*innen sind jetzt Climate Ranger** Unsere Maßnahme

Um Wissen zu diesem hochaktuellen Thema aufzubauen und in der Doka-Unternehmenswelt zu verankern, absolvierten sieben Doka-Mitarbeiter\*innen die Climate Ranger Academy: Denn nur wenn sich das Thema Nachhaltigkeit in der Strategie, den eigenen Kernprozessen sowie in den täglichen Abläufen eines Unternehmens widerspiegelt, kann die Transformation gelingen.

Der Fokus dieses Online-Weiterbildungsprogramms für Unternehmen liegt klar auf der Vermittlung eines fundierten Klimawissens: In dem fünfwöchigen Programm gab es pro Woche je zwei Kurseinheiten mit Inputs von insgesamt acht Fachexpert\*innen. Neben einem fundierten 1x1 des Klimawandels und Lösungsansätzen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion durch Mobilitätskonzepte ging es u. a. auch um Teamengagement und Erfolgsfaktoren für die nachhaltige Transformation.

Neben den Expert\*innenvorträgen standen auch Vernetzen und Best-Practice-Erfahrungsaustausch mit anderen Unternehmen auf der Agenda. Nach dem Motto „Learn. Connect. Act“ erhielten sieben Doka-Kolleg\*innen der DACH-Region die Möglichkeit, an dem Weiterbildungsprogramm teilzunehmen. Sie durchliefen eine Bewerbungsphase, in welcher per Motivationsschreiben der Platz für die Ausbildung zum Doka Climate Ranger im begehrten Ausbildungsprogramm erworben werden konnte.

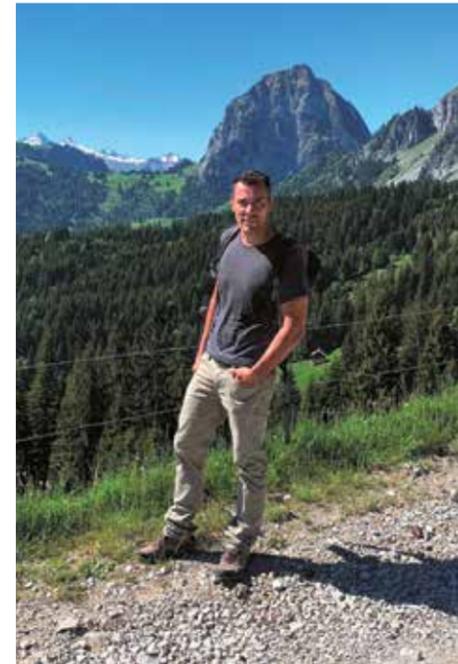
Statements der Teilnehmer\*innen bestätigen die besondere Bedeutung von Weiterbildung im Bereich der Nachhaltigkeit:

Alexandra Liebmann,  
Doka Österreich



„Diese Ausbildung hat mir die Augen für das nun größte und folgenschwerste Thema unserer Welt geöffnet – und jetzt gilt nur noch eins: Packen wir’s ALLE an!“

SDGs



Stefan Kästli,  
Doka Schweiz

„Mich hat überrascht, dass etwa ein Drittel der weltweiten Treibhausgasemissionen in Zusammenhang mit unseren Lebensmitteln und der Landwirtschaft stehen. Egal ob im Privaten oder im Job: Wir müssen über dieses Thema mit anderen Menschen sprechen. Je mehr sich engagieren, umso mehr können wir bewegen!“

„Die Teilnahme bei der Climate Ranger Academy hat mir aufgezeigt, dass man sein eigenes Verhalten hinterfragen soll, um etwas für den Klimaschutz mittels alternativen Lösungen beitragen zu können.“

Ronny Kühne,  
Deutsche Doka



„Mich hat bewegt, wie wichtig das Thema Klimawandel und dessen Folgen für uns sind und welche Auswirkungen in Zukunft eintreten werden. Es freut mich, zu sehen, wie viele Unternehmen aus unterschiedlichsten Branchen ihre Mitarbeiter zur Teilnahme an der Climate Ranger Academy motivieren konnten.“



Andreas Watz,  
Deutsche Doka

# Unsere Beziehungen

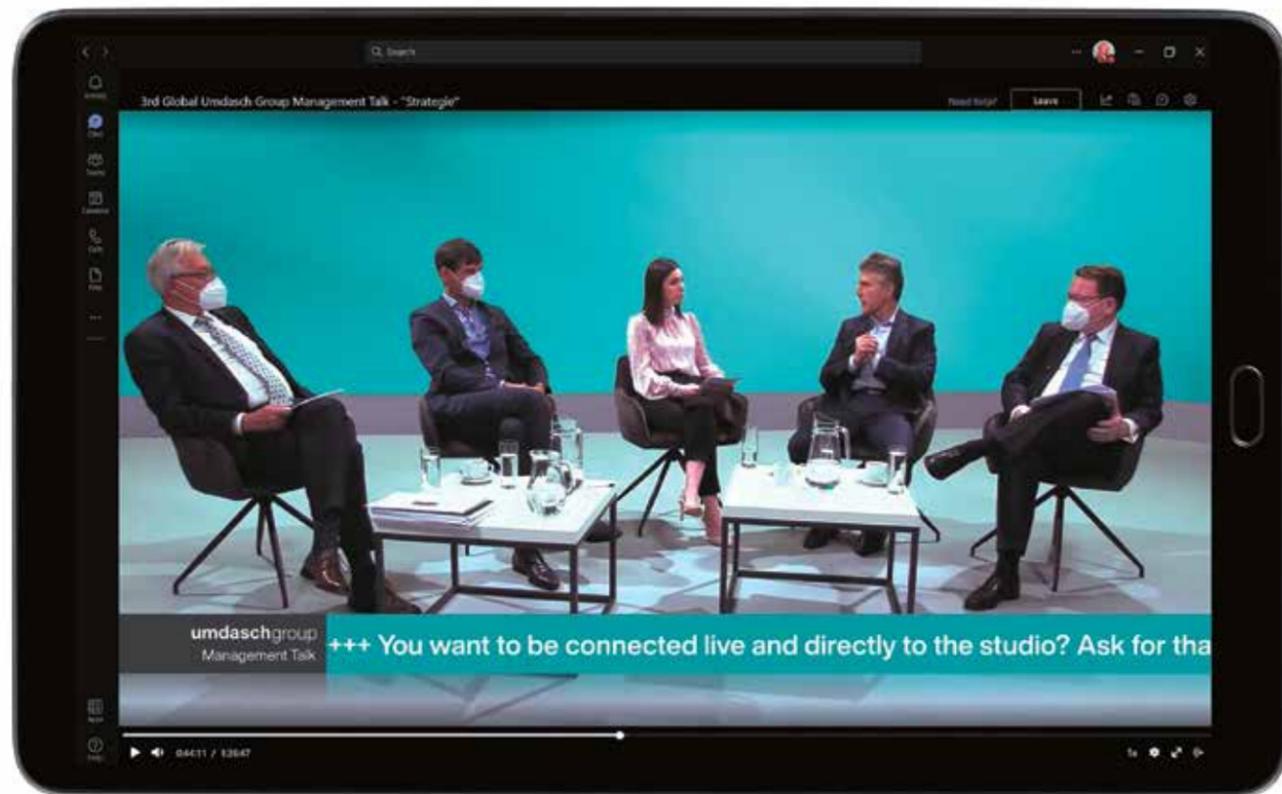


Netzwerke schaffen  
Verbindungen –  
und genauso viele  
Bezugspunkte

Als Globalität bezeichnen wir die Gesamtheit unserer sozialen Beziehungen. Definiert sind diese nicht durch Abhängigkeiten, sondern durch Zusammenhänge. Sie enden auch nicht, sondern setzen sich in jedem einzelnen Bezugspunkt mannigfach fort. Es sind jene neuralgischen Stellen, an denen Wissen auf seltsame Weise dadurch immer mehr wird, dass wir es teilen.

# Transparente Kommunikation – ein Produkt der Umdasch Group

Unsere Kunden?  
Knapp 9.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit



Dienstag, 15. Februar, kurz vor 13 Uhr. Es sind noch wenige Sekunden bis zum Start des 3. Global Umdasch Group Management Talk. Beim TV-Studio-Team aus hauseigenen Kommunikations- und IT-Mitarbeiter\*innen ist die Anspannung jetzt am Höhepunkt. Auch bei Ashleigh Jones, die ihren Job bei umdasch The Store Makers in London für ein paar Tage pausiert, um in Amstetten die Moderation dieses Events zu übernehmen. Das Management Board hat die Plätze eingenommen. Vor ihren Bildschirmen auf der ganzen Welt warten live knapp 2.000 Mitarbeiter\*innen. In den nächsten 45 Minuten werden sie zeitnah, transparent und umfassend über die neue Umdasch Group Strategie informiert – das zentrale Thema dieses Talks. Im Anschluss gibt es weitere 45 Minuten die Möglichkeit, dem Management live Fragen zu stellen. Eine Möglichkeit, die auch bei diesem Event intensiv in Anspruch genommen wird.

Nein, wir sind keine Mediengruppe. Und doch ist es die Kommunikation, die modernen Unternehmen eine Vielzahl neuer Chancen bietet, Information transparent zu teilen und eine entsprechende Dialogkultur zu etablieren. Denn nur wenn alle Mitarbeitenden ein gemeinsames Verständnis vom Zielbild und der Strategie haben, wie dieses zu erreichen ist, kann der Teamspirit wirksam werden, der eine High-Performance-Kultur kennzeichnet.

SDGs



Der Anspruch einer modernen Gesellschaft

Ein regelkonformes, wertorientiertes und ethisch einwandfreies Miteinander

Unsere Maßnahme

## Eine proaktive Compliance-Organisation und eine gelebte Kultur

Outside-In bedeutet nicht immer nur Reaktion. Manchmal nimmt dieser Anspruch Dinge auch vorweg, handelt also proaktiv. Wie etwa im Fall unserer Corporate Compliance, die bereits seit einem Jahrzehnt fester Bestandteil unserer Governance ist. So etwa gibt es unsere Ethics Line schon seit 2013, die EU-Richtlinie verpflichtet Unternehmen aber erst seit Dezember 2021 dazu. Mitarbeiter\*innen, Kunden und Partner können so anonym mögliche Missstände oder Fehlverhalten adressieren.

Je mehr wir als Unternehmensgruppe wachsen, desto bedeutsamer wird unser Anspruch an ein gemeinsames Verständnis zur Einhaltung von Gesetzen, Regelungen und ethischen Kodizes. Unser diesbezügliches Regel- und Rahmenwerk beinhaltet mittlerweile ein Set von Maßnahmen, die uns dabei unterstützen, den hoch gesetzten Ansprüchen gerecht zu werden:

- 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

Compliance-Trainings erfolgen in der Umdasch Group sowohl in Form von Präsenzs Schulungen als auch E-Learning-Trainings. In 27 Sprachen werden Mitarbeiter\*innen der Umdasch Group 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 11

# Compliance-Rate

# 67%

Anzahl Compliance-geschulte Mitarbeiter\*innen  
Anzahl Mitarbeiter\*innen

Vgl. 2020: 57 %

Die Frage In den drei Divisionen der Umdasch Group sind unzählige Entwickler\*innen beschäftigt, in vielen Fällen mit ähnlichen Herausforderungen. Wie kann man das Fachwissen und die Erfahrungen unbürokratisch zusammenführen und konzernweit zur technologischen Weiterentwicklung nutzen?

## developers@umdaschgroup.digital – die bereichsübergreifende Entwickler-Community Die Antwort



Synergien perfekt nutzen, Vernetzung über die Firmengrenzen hinweg, aber vor allem die Möglichkeit zum aktiven, fachlichen Austausch sind die Eckpfeiler der neu gegründeten Initiative. Die Gründer, Patrick Ottenschläger (PAO), Alexander Spieslechner (AS), Michael Hahn (MH) und Andreas Graf (AG), geben exklusive Einblicke in die Community developers@umdaschgroup.digital.

### SDGs



## Wie kam es zu dieser Idee bzw. zur Gründung dieser Initiative?

PAO: Ein Anstoß war, dass sich Entwickler gerne untereinander austauschen. Alexander Spieslechner hat als erster Softwareentwickler in der Umdasch Group Ventures begonnen. In der Umdasch Group ist er jedoch einer unter vielen. Klar, Kontakte wurden auf kurzem Weg zu Kolleg\*innen in anderen Divisionen hergestellt. Um jedoch den Austausch und die Kontaktaufnahmen zu vereinfachen, haben wir die Community gegründet.

MH: Bereits vor der Community gab es vereinzelt zwischen den Divisionen und Bereichen Austausch auf technischer Ebene. Da es sich aber nur um einen kleinen Personenkreis handelte, der hier in Kontakt stand, nahmen wir uns mit der Community zum Ziel, zwischen den einzelnen Bereichen auf technologischer Ebene Brücken zu schlagen, um damit verstärkt Synergieeffekte nutzen zu können.

AG: Covid hat die Nutzung von digitalen Kommunikationsplattformen global verstärkt. Durch die fehlende Möglichkeit zur persönlichen Interaktion konnten wir mit der Community einen Raum zum Austausch anbieten und somit der sozialen Isolation entgegenwirken.

## Was sind die Ziele der Community?

Die Ziele der Community kompakt zusammengefasst:

PAO: In allen drei Divisionen arbeiten wir an unterschiedlichen Lösungen für unsere Kunden. Wir verwenden jedoch ähnliche bzw. oftmals auch die gleichen Technologien. Dabei kommt es vor, dass wir auf Probleme stoßen, die in anderen Bereichen schon gelöst wurden. Daher ist es uns wichtig, dass wir uns gegenseitig unterstützen. Auch wenn ich noch nicht weiß, an wen ich mich bei einer Frage oder einem Problem wenden kann, kann ich das Thema in der Community posten und jeder kann dazu seine Unterstützung anbieten. Somit steigern wir in der Umdasch Group die Effizienz und die Vernetzung bei der Entwicklung digitaler Services und fördern gleichzeitig die Benutzung gleicher Technologien durch Teilen von Best Practices.

- Gegenseitiges Kennenlernen, Unterstützen und voneinander Lernen
- Teilen und Diskussion der Erfahrung mit anderen
- Teilen von interessanten Beiträgen, Videos, Präsentationen oder Trainings aus dem Internet
- Anbieten bzw. Finden von Hilfe bei Problemen
- Diskussion über zukünftige Technologietrends

## Wie kam es zu der Zusammenarbeit zwischen Doka und Umdasch Group Ventures?

AS: Meine Erfahrung hat mir gezeigt, dass ein gut vernetztes Netzwerk aus IT-Spezialisten auch über Team- und Ländergrenzen hinweg zu gewaltigen Sprüngen in Qualität und Effizienz führen kann und die stetige Weiterbildung aller Beteiligten fördert. Daher war es mir auch bei meinem Start als erster Entwickler der Ventures ein Anliegen, mich mit Leuten aus der Gruppe zu vernetzen. Die Doka-IT konnte zu diesem Zeitpunkt bereits auf sehr viel Erfahrung im Bereich Cloud Hosting zurückgreifen und mich damit in den Ventures-Projekten essenziell unterstützen. Gleichzeitig konnte ich meine Expertise im Bereich Web-Entwicklung und User Interface bei den Doka-Projekten einfließen lassen. Das hat uns darin bestärkt, andere Teams in der Umdasch Group zu vernetzen und den gruppenweiten Erfahrungsaustausch weiter zu stärken und zu forcieren.

## Welche Divisionen nehmen teil und leisten aktive Beiträge?

MH: Kolleg\*innen aus allen drei Divisionen der Umdasch Group sind Teil der Community. Zurzeit haben wir 270 Mitglieder (Stand 03/2022). Es findet ein sehr fokussierter Austausch zu unterschiedlichsten IT-Themen und Technologien statt.

AS: Unsere Mitglieder teilen sich grob in aktive Teilnehmende und „stille“ Mitglieder auf. Je nach Persönlichkeit und eigenem Investment in eine Thematik tauschen sich aktivere Mitglieder gerne aus, während der andere Teil die Beiträge und Diskussionen mitverfolgt und nützliche Informationen für die Entwicklung der digitalen Services innerhalb der Umdasch Group erhält.

- 270 Mitglieder
- 15 neue Beiträge pro Monat
- 40 Antworten pro Monat
- 40 Reaktionen pro Monat
- 2 Meetups mit je 70 Besuchern und 6 Vorträgen



## Wie haltet ihr die Community am Leben?

MH: Gerade zu Beginn benötigte die Community natürlich sehr viel Input und auch Engagement der Gründer, um Diskussionen zu bestimmten Themen anzuregen. Es waren oft interessante Blog-Beiträge, Themen, die aktuell in Medien diskutiert werden, spannende interne Projekte oder einfach nur die Einladung zu einem Coffee-Chat in ungezwungener kollegialer Atmosphäre. Das eine oder andere Mal kam es vor, dass Fragen einzelner Kolleg\*innen mit „Schreib doch das Thema bitte in die Community und ich beantworte es dir dort“ beantwortet wurden, um die Interaktion und den Wissensaustausch dort zu forcieren.

PAO: Es war uns wichtig, dass die Community von innen heraus wächst. Daher haben wir im kleinen Kreis gestartet und die Kommunikation und den Wissensaustausch permanent gefördert. Erst als das gut funktioniert hat, haben wir die Community offiziell kommuniziert. Daher kam jeder, der noch nicht viel Kontakt zu anderen Entwicklern hatte, schon zu einer „lebenden“ Community dazu. Das war, im Nachhinein gesehen, ganz wichtig für den Erfolg der Community.

Außerdem wird einmal im Quartal ein Meetup organisiert und in der Community abgestimmt, um welche Themen es da gehen soll. Das garantiert, dass wir im Meetup die Themen adressieren, die uns derzeit am meisten beschäftigen.

## Wie kommuniziert ihr?

AG: Viele Themen werden direkt in der Community über die Channels der konzernweiten Chatplattform kommuniziert. Um mit der Community eine größere Reichweite zu erzielen, kündigen wir auch anstehende Meetups im Intranet an.



## Wo seht ihr die größten Vorteile bzw. sind bereits erste Veränderungen erkennbar?

AG: Gerade 2021 war es nicht einfach, Kontakte zu anderen Kolleg\*innen außerhalb seines Bereichs zu knüpfen. Trotzdem konnten wir aber mit der developers@umdaschgroup.digital Community viele Leute miteinander vernetzen, die sich zuvor noch nicht kannten. Diese Vernetzung ist einer der großen Vorteile. Mich freut es immer, wenn ich in den Posts sehe, dass jemandem innerhalb kürzester Zeit geholfen wurde, obwohl sich die Kolleg\*innen zuvor nicht gekannt haben. Da die Posts bestehen bleiben, profitieren darüber hinaus auch alle anderen, wenn sie später auf ein ähnliches Thema stoßen.

PAO: Es unterstützen sich Mitarbeiter\*innen der Umdasch Gruppe aus allen drei Divisionen. Das steigert die Effizienz im Konzern und hilft indirekt dabei, eine homogene Technologielandschaft in der Umdasch Group aufzubauen.

AS: Durch die Community bekommt man ein wesentlich genaueres Bild, wie Software-Entwicklung in der Gruppe wirklich praktiziert wird. Man erfährt, mit welchen Themen sich andere Teams auseinandersetzen, welche Tools erfolgreich eingesetzt werden und wie Projekte aktuell strukturiert sind. Die einzelnen Teams fühlen sich durch den kollaborativen Ansatz besser in Entscheidungen miteinbezogen.

## Wie sehen die Pläne für 2022 aus?

MH: Für dieses Jahr planen wir natürlich wieder mindestens ein Meetup pro Quartal mit spannenden Themen und Diskussionsrunden, um das „Wir“-Gefühl in der Community zu stärken. Zusätzlich wird 2022 developers@umdaschgroup.digital in die größere umdaschgroup.digital Community eingegliedert. umdaschgroup.digital agiert als thematische Klammer über allen fachspezifischen Communitys, die im Rahmen der Digitalisierungs-Initiative in der Umdasch Group entstehen.

PAO: Es macht uns natürlich stolz, dass die developers@umdaschgroup.digital Community als Vorbild für die umdaschgroup.digital Community gedient hat.

Die Ist-Situation

Bis zu 30.000 IT-Fachkräfte fehlen der heimischen Wirtschaft – Tendenz steigend

Umdasch Group bringt eine der weltbesten Programmier- und IT-Ausbildungsstätten nach Amstetten Unser Impuls

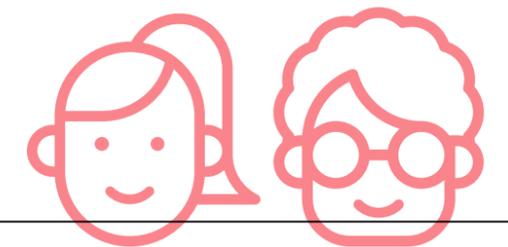
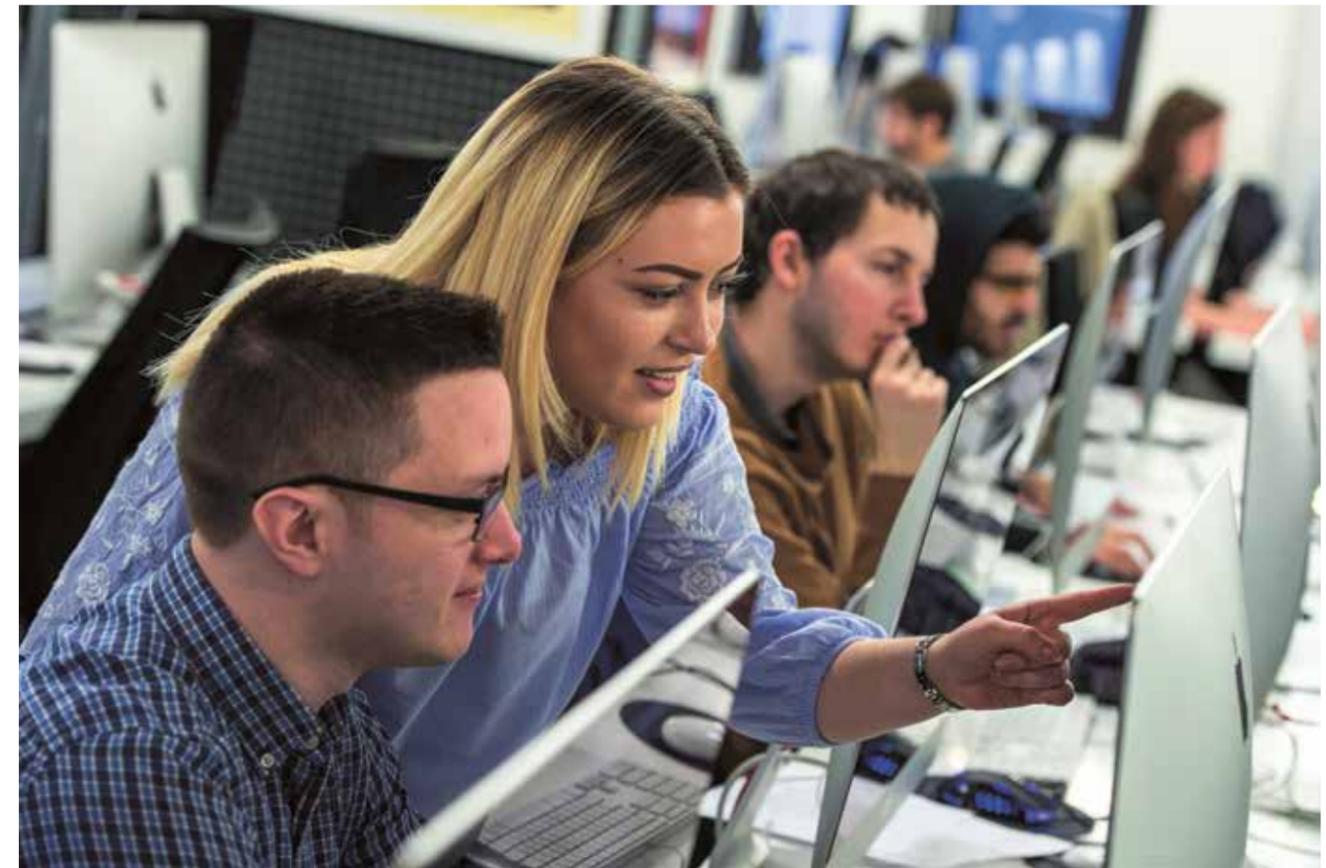
Ecole 42, die 2013 in Frankreich gegründete Coding-Schule, startet nun auch in Österreich. Als 42 Vienna mit einem Campus in Wien und – dank der Initiative der Umdasch Group Foundation – auch einem in Amstetten.

Das revolutionäre Ausbildungsprogramm gibt es bereits weltweit an 42 Standorten mit über 15.000 Studierenden, es hat sich in weniger als 10 Jahren zu einer führenden IT-Spezialisten-Schmiede gemausert. Revolutionär? Ja, denn das Ausbildungsmodell basiert auf einem „Peer to Peer“-Lernmodus, der ohne Professoren und Frontalunterricht auskommt, und bietet Zugang für alle ab 18 Jahren, die Talent und Interesse an IT und digitalen Berufen haben. Die qualitativ mit einem Masterstudium vergleichbare Ausbildung ist kostenlos und setzt keine Programmierkenntnisse voraus, sondern baut auf logischem Denken auf. Besonderer Fokus – und das ist ganz im Sinne des Diversitätsgedankens der Umdasch Group – liegt auf der Förderung von Frauen im IT-Sektor. Ziel ist ein Frauenanteil von 50 % unter den Studierenden in Österreich.

Finanziert wird diese einzigartige Programmier-Schule unter anderem durch Partner aus der Wirtschaft. Die Umdasch Group Foundation als Mitinitiatorin und ihre Divisionen Doka, Umdasch Group Ventures und umdasch The Store Makers sichern sich damit zukünftig einen direkten Zugang zu bestens ausgebildeten IT-Talenten. Zudem können wir uns bereits während der Ausbildung mit den Studierenden vernetzen und mit ihnen gemeinsam an realen Herausforderungen und Projekten arbeiten.

„Mit 42 Vienna können wir die Wachstumschancen, die die Digitalisierung bietet, in Zukunft besser nutzen. Diese Ausbildung ist eine einzigartige Win-win-Situation für Studierende und Wirtschaft gleichermaßen. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit der nächsten Generation der Softwareentwickler.“

Andreas J. Ludwig,  
Corporate Relations & Umdasch  
Group Foundation

SDGs

KPI 12

# Ausgaben für Gesellschaft & Soziales

## € 713.577

# „Technische Jobs sind nichts für Mädchen“

Die Meinung

In der MINTality-Stiftung sorgen wir gemeinsam für das Gegenteil Unser Kontra



Trotz attraktiver Arbeitsplätze und hervorragender Jobperspektiven ist das Interesse vieler Frauen und Mädchen an einer technischen Ausbildung gering. 2022 hat die Umdasch Group Foundation zusammen mit zahlreichen namhaften Unternehmen deshalb die MINTality-Stiftung ins Leben gerufen.

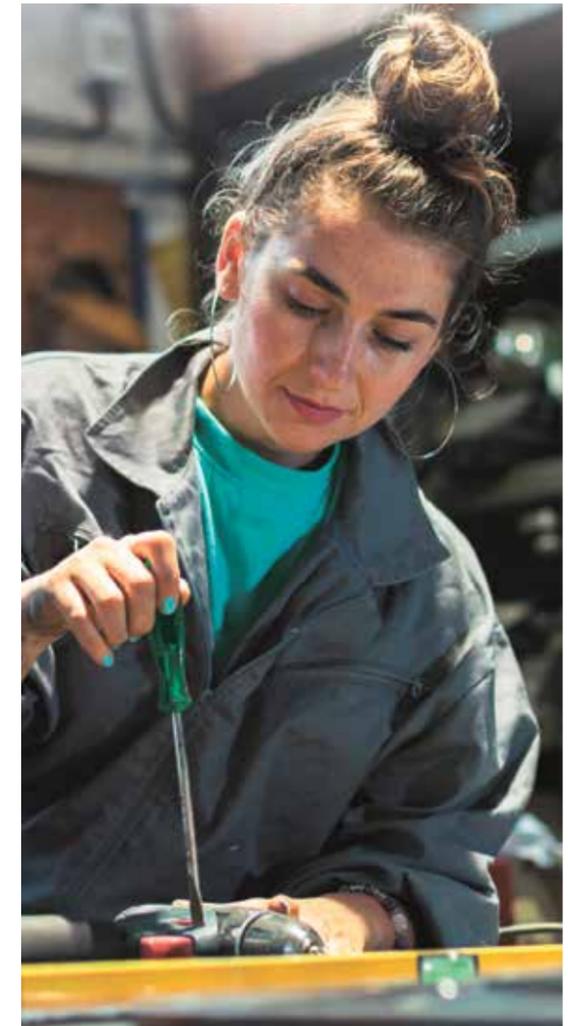
Ziel ist es, Mädchen früh für MINT-Berufe – Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik – zu begeistern, um damit Stereotype wie „Burschen sind besser in Mathe, Mädchen in Sprachen“ nachhaltig aufzubrechen. Vielfach fehlt es am Selbstbewusstsein der jungen Frauen. Vielfach am Wissen über die Möglichkeiten in Technik-Berufen. Zumeist liegt es aber daran, dass Mädchen in den Naturwissenschaften nach wie vor viel zu wenig gefördert werden. Daher werden im Programm der MINTality-Stiftung besonders auch Eltern, Lehrer\*innen und Peers angesprochen und sensibilisiert.

Als eine der Gründungsorganisationen glaubt die Umdasch Group Foundation fest an das große Potenzial, das in der frühen Förderung von Mädchen für MINT-Berufe steckt. Es ist uns auch ein besonderes Anliegen, innerhalb der MINTality-Stiftung Frauen dabei zu unterstützen, eigenständiger und finanziell unabhängiger zu werden, indem wir so früh wie möglich ein echtes Interesse für eine Karriere in technischen Berufen wecken und so zur Chancengerechtigkeit beitragen können.

## SDGs



Die Technik ist weiblich



Ganz wichtig ist das Thema auch aus wirtschaftlicher Sicht

Es ist zum einen der Fachkräftemangel, der uns antreibt, Frauen für technische Aufgaben zu gewinnen, aber noch viel mehr ist es der Wunsch nach Diversität. Denn je vielfältiger Teams sind, desto erfolgreicher sind sie. Diversität bedeutet unterschiedliche Kulturen, Fähigkeiten und Talente – ein wichtiger Nährboden für das Entstehen neuer Ideen und Schlüsselfaktor für Innovation und Zukunftsfähigkeit.

## Unser Kontext

Wir alle hatten uns 2021 anders vorgestellt und gehofft, dass Covid-19 längst der Vergangenheit angehört. Leider war dies aber nicht der Fall. Müssen Fortbildungen, Trainings und Workshops deshalb ausbleiben?

Unsere Performance

## Kein Stillstand im Stillstand

Mitarbeiter\*innen-Trainings und Team-Workshops digital statt lokal

2021 wurden viele unserer Mitarbeiter\*innen aktiv und wollten die aufgrund der reduzierten Bautätigkeit und geringen Zahl an persönlichen Kundenterminen freigeordnete Arbeitszeit für Fortbildungen und Teambuilding nutzen. Die Frage war: Wie schaffen wir es, diese normalerweise analogen Inhalte digital zur Verfügung zu stellen?

Die Landesorganisation der Deutschen Doka hat sich diesem Thema im Speziellen gewidmet und ein Konzept für digitale Weiterentwicklung ins Leben gerufen. Dieses umfasst einerseits Trainingsoffensiven, die sich einer Mischung aus Live-Sessions, Webinaren und Onlinekursen bedienen und fachspezifische Themen aufbereiten. Für die Kolleg\*innen im Vertrieb waren dies beispielsweise Inhalte zu Remote Selling, Kundenorientierung und Mehrwert-/Lösungsverkauf. Andererseits wurden aber auch digitale Workshops organisiert, die Themen wie Kommunikation & Information, Verständnis oder Führungskräfteentwicklung behandelten. Dank eines spielerischen Gamification-Ansatzes, bei dem Teams in Break-out-Gruppen z. B. Türme bauen mussten oder über Hörproben Geräusche erkennen sollten, wurden die digitalen Sessions aufgelockert.

Die Online-Trainings bieten auch einige Vorteile: Sie können flexibel über das Jahr hinweg absolviert werden, es entfallen Anreise-Zeiten und dank der Aufzeichnungen können Inhalte auch später nochmals abgerufen werden. Und das kommt laut Feedback unserer Kunden sehr gut an.

Kundentrainings – weiter für unsere Anwender\*innen da

Es entstand ein intensives Trainingsprogramm, das über das ganze Jahr hinweg mit drei bis vier Webinaren pro Quartal angeboten wird. Über 400 Kunden in Deutschland haben 2021 an den ein- bis zweieinhalbstündigen Seminaren zu Themen wie „Die digitale Baustelle“, „DokaCAD for Revit“, „Einfach leicht geschalt mit DokaXlight“, „Schalen nach Norm“ oder „Schneller schalen mit Framax Xlife plus“ teilgenommen. Um Poliere auch handwerklich unterstützen zu können, wurde sogar ein kleines Videostudio eingerichtet, in dem unsere Richtmeister\*innen Handgriffe in Liveshows vorzeigen können.

## SDGs



## Die Forderung Die Expo 2020 zur nachhaltigsten aller Zeiten machen

# Aussteller und Ausstatter zugleich – das kann nur die Umdasch Group

Der Schlüssel

Weltausstellungen wie die Expo stehen für die innovativsten und kreativsten architektonischen Entwürfe ihrer Zeit. So auch in Dubai, das von Oktober bis März ganz auf Nachhaltigkeit setzte. Maßgeblich Anteil daran hatte die Umdasch Group, und zwar sowohl als Aussteller als auch als Ausstatter.

440 Hektar, das entspricht einer Fläche von mehr als 600 Fußballfeldern, 200 Länder, 25 Millionen Besucher – die Expo ist die Ausstellung der Superlative und öffnete am 1. Oktober für sechs Monate ihre Pforten in Dubai. Pandemiebedingt auf 2021 verschoben, fand sie erstmals in ihrer Geschichte in einem Land aus der Region Middle East, Afrika und Südasien statt.

### umdasch The Store Makers als Partner

Als Partner für die Schau in Middle East war umdasch mit der Umsetzung der 12 offiziellen Merchandising-Stores mit einer Gesamtfläche von mehr als 3.000 m<sup>2</sup> beauftragt worden – und zeichnete darüber hinaus für die Ausstattung der Stores im US-amerikanischen und im australischen Länderpavillon verantwortlich. Gemessen am Auftragsvolumen war umdasch The Store Makers damit wohl das größte Ladenbau-Unternehmen auf der Expo. Während die Nordamerikaner in ihrem Pavillon den Fokus auf ihre Raumfahrtkompetenz legten, stand der Pavillon der Australier wiederum unter dem Motto „60.000 Jahre Vielfalt, Erfindergeist und Innovation“ und schien durch die aufregend geformte Dachkonstruktion regelrecht zu schweben. Formal nahm sie Bezug auf sogenannte Kumuluswolken, welche die vielfältige australische Landschaft widerspiegeln sollen.



### SDGs



© Ars Electronica Solutions Expo Austria

### Umweltfreundliche Ladenbau-Prinzipien

Wie noch nie zuvor setzte die Expo in Dubai auf das Thema Nachhaltigkeit und formulierte die Forderungen an die Ausstatter, die Möbel nach der Veranstaltung weiterzuverwenden, auf Materialien aus der Region zurückzugreifen und die Produktion vor Ort zu betreiben. Ein klarer Vorteil für die Store Makers in Middle East, denn die 7.000 m<sup>2</sup> große Produktionsstätte liegt nur wenige Kilometer vom Expo-Gelände entfernt. Durch die Nähe zur Expo mit ihren vereinfachten Logistikabläufen und dem Einsatz lokaler Rohstoffe und Recycling-Verfahren für die eingesetzten Möbel konnte umdasch die Ausstattung der offiziellen Retailflächen sowie der Stores im US-amerikanischen und im australischen Länderpavillon für sich entscheiden.

### Grün bis ins Detail

Neben dem Ladenbau kamen auch eine Reihe von umdasch Produkten auf der Expo in Dubai zum Einsatz. Fold-up! etwa, ein modular aufgebauter Warenträger, der schnell zusammengesetzt ist und sich für unterschiedliche Produkte, Warengruppen und Einsatzorte eignet. Ein anderes Tool, dem Messebesucher in Dubai immer wieder begegnet sind: Varitable. Hinter diesem Namen steht ein modulares Tischprogramm, das sich für alle Sortimentsbereiche im Handel eignet – und sich dank individueller Komponenten und elektronischer Zusatzleistungen für sämtliche Präsentationszwecke empfiehlt. Basixx wiederum war auf der Expo in allen Pavillons vertreten. Das im Handel bewährte Regalsystem mit seinem smarten Steckprinzip dient als Plattform für ein modular eingesetztes Shop-Equipment. Alles, was umdasch für die Expo 2020 in Dubai bereitgestellt hat, wird nun wiederverwendet oder recycelt. So unterstützten die Store Makers die Weltausstellung dabei, die nachhaltigste aller Zeiten zu werden.

### Dokas Innovationskraft im Österreich-Pavillon

Die Doka war ebenfalls mit von der Partie und präsentierte sich im Österreich-Pavillon mit ihren digitalen Services für die Baubranche. Besucher hatten die Möglichkeit, im iLab, dem Herzstück des österreichischen Pavillons, drei digitale Lösungen von Doka kennenzulernen. In den sogenannten InnovationTowers wurden DokaXact, Concremote und CONTACT mittels einer digitalen Präsentation vorgestellt. Außerdem gab es ein physisches Exponat zu sehen: eine Miniaturausführung der Rahmenschalung Frami Xlife aus dem 3D-Drucker.

Gepaart mit den Themen Nachhaltigkeit und Digitalisierung wurde die Expo 2020 somit zum optimalen Showroom für die Präsentation des eindrucksvollen Leistungsspektrums der Umdasch Group.



## Neue Impulse und kreative digitale Ansätze für Innovation und Sicherheit am Bau Gesucht

Gefunden Effiziente Workflows, vereinfachtes Materialhandling und ein Maximum an Sicherheit: Die digitale Baustelle kann's!



Und sie können es auch – die Gewinner des diesjährigen Josef Umdasch Forschungspreises.

### SDGs



### Outside-In steht auch für Open-Innovation – der Josef Umdasch Forschungspreis 2022

Ob AI zur Optimierung von Entwürfen oder zur Lösung von Sicherheitsproblemen auf der Baustelle, ob IoT-Anwendung zur Materialverfolgung und -verwaltung oder eine Plattform zur Erstellung digitaler 3D-Inhalte für die Projektarbeit: So viele technologische Lösungen wie Einreicher galt es zu sichten, zu interviewen, zu coachen und letztendlich auch zu bewerten.

Bereits zum 5. Mal in Folge wurde der seit 1990 jährlich vergebene Josef Umdasch Forschungspreis gemeinsam mit den World Summit Awards durchgeführt. Ein Netzwerk, um die Innovationskraft des Unternehmens mit neuen, frischen Ideen „Out of the Box“ zu ergänzen. In diesem Jahr wurde dieser Aspekt noch intensiver betont, indem Mentoren aus dem Unternehmen die Finalisten auf dem Weg zum Pitch begleitet haben.

Vorstandsvorsitzender  
Dr. Wolfgang Litzlbauer:

„Frische Ideen mit dem Know-how im Unternehmen zu vereinen ist wirklich smart. Letztendlich sollen die Start-up-Innovationen im Unternehmen integriert werden, und da ist ein gewisser Fit mit unseren Themen, aber auch unseren Prozessen und letztendlich auch unserer Kultur sehr wichtig.“



### Samson Logic ist der Gewinner des Josef Umdasch Forschungspreises 2022

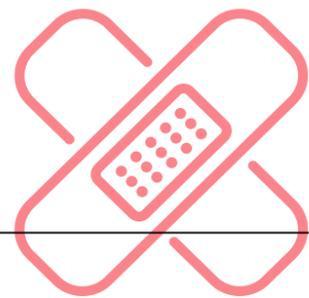
Shai Prupes, CEO und Gründer von Samson Logic konnte letztendlich die Jury überzeugen. Das junge israelische Unternehmen hat sich die intelligente Verwaltung von Baumaterialien zum Inhalt gemacht. Dabei geht es etwa um Verpackung mit integrierter IoT-Sensorik, Software, die aus Bestellungen automatisch Verpackungsanleitungen ableitet und sämtlichen Materialbestand auf der Baustelle verwaltet. Die Lösungen von Samson Logic sparen Kran- und Arbeitszeiten, optimieren Lagerflächen, reduzieren Materialabfall und erhöhen die Sicherheit. Wir gratulieren recht herzlich und freuen uns auf die Zusammenarbeit!

117 Registrierungen aus 48 Ländern, daraus 12 Shortlistungen und 6 Finalisten:

- viACT aus China
- Structure Plus aus Kanada
- Datamesh aus Singapur
- Samson Logic aus Israel
- Heron Track aus Belgien
- Sharemac aus Deutschland

KPI 13

# Unfallquote



# 3,4

Unfälle pro 100.000 Arbeitsstunden

Nachhaltigkeit  
bedeutet, Geld nach-  
haltig zu verdienen,  
anstatt es nur nach-  
haltig auszugeben

# Unsere Umwelt

Gegen Klimawandel und Erderwärmung nützen weder kostspieliges Greenwashing noch marktschreierischer Aktionismus. Gefragt sind digitale Technologien, neue Methoden und alternative Werkstoffe. Als Treiber dienen intelligente Geschäftsmodelle, die ökologische Notwendigkeiten mit ökonomischen Grundsätzen vereinen.



Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern



Eine widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen, eine breitenwirksame und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovation unterstützen



Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen

Im wesentlichen Unterschied zu ihrer Vorgängerversion – den Millennium Development Goals (MDGs) – nehmen die SDGs, die Sustainable Development Goals, wirtschaftliche Zielsetzungen in ihre Agenda auf. Man hat erkannt, dass es Wachstum und Produktivität braucht, um Armut langfristig und nachhaltig einzudämmen. Und man hat erkannt, dass eine prosperierende Wirtschaft die Basis für Wohlstand ist.

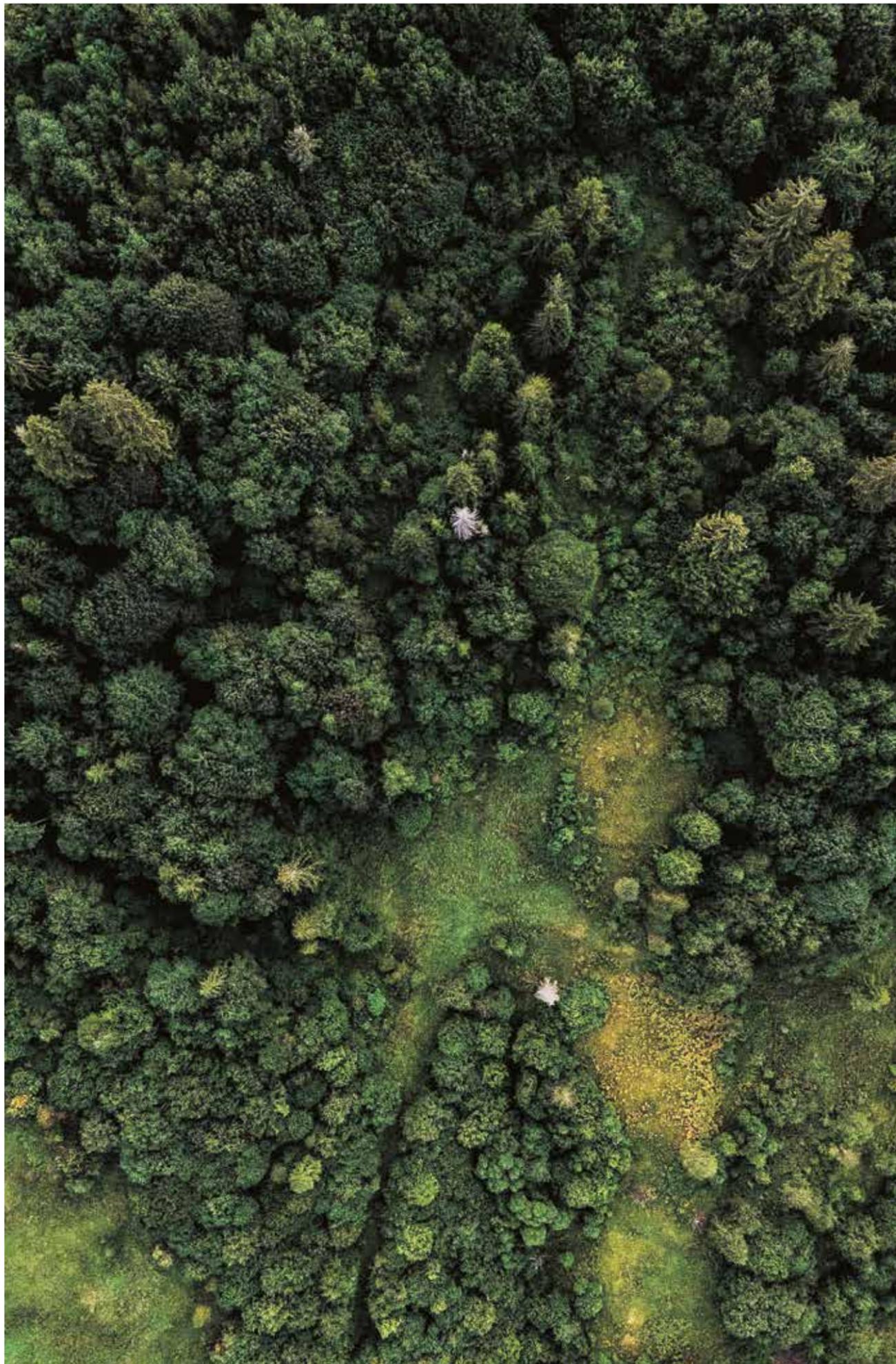
Das Wachstum, von dem hier die Rede ist, muss also den Menschen dienen und darf nicht zu Lasten unserer Umwelt gehen. Ich verstehe das in meiner neuen Rolle nicht als Verpflichtung. Ich verstehe es vielmehr als Auftrag, die Entwicklung der Unternehmensgruppe unter diesen Aspekten neu auszurichten. Nicht nur WIE wir es tun, sollte nachhaltig sein, sondern auch WAS wir tun.

„Mir reicht daher ein rein sozialromantischer Ansatz zur Nachhaltigkeit nicht.“



Der Anspruch der Umdasch Group wird zukünftig ein integrativer sein. Ökologisch nachhaltige Geschäftsmodelle werden in unserem Unternehmens-, Produkt- und Leistungsportfolio eine wesentliche Rolle spielen. Wir werden Methoden und Materialien forcieren, die ökologisch positiv wirksam werden. Wir werden das zum Inhalt unseres Geschäftszwecks machen und damit auch Geld verdienen. Die Branchen, in denen wir tätig sind – der Bau und der Handel – bieten viele Möglichkeiten für nachhaltige Geschäftsideen. Möglichkeiten, die wir nutzen werden.

Dr. Wolfgang Litzlbauer



### Der Background

Das Thema Nachhaltigkeit wird immer wichtiger – für unsere Kunden genauso wie für die Umdasch Group. Viele Unternehmen in der Bau-branche denken um und richten ihre strategischen Planungen und Investitionen auf nachhaltiges Wachstum aus.

## Die Umdasch Group legt Unser Vorstoß CO<sub>2</sub>-Bilanzen vor und leitet die Dekarbonisierung ein

Unbestrittener Schwerpunkt der neuen Gruppen-übergreifenden Strategie der Umdasch Group ist Nachhaltigkeit. Im ersten Schritt erheben die drei Divisionen umdasch The Store Makers, Umdasch Group Ventures und Doka ihre jeweils spezifischen Treibhausgasemissionen. Dadurch können diese reduziert und die Dekarbonisierung, also die Minimierung von fossilen Energieträgern, aktiv mitgestaltet werden. Gleichzeitig stellt die Kreislaufwirtschaft einen zentralen Hebel beim Thema Dekarbonisierung dar.

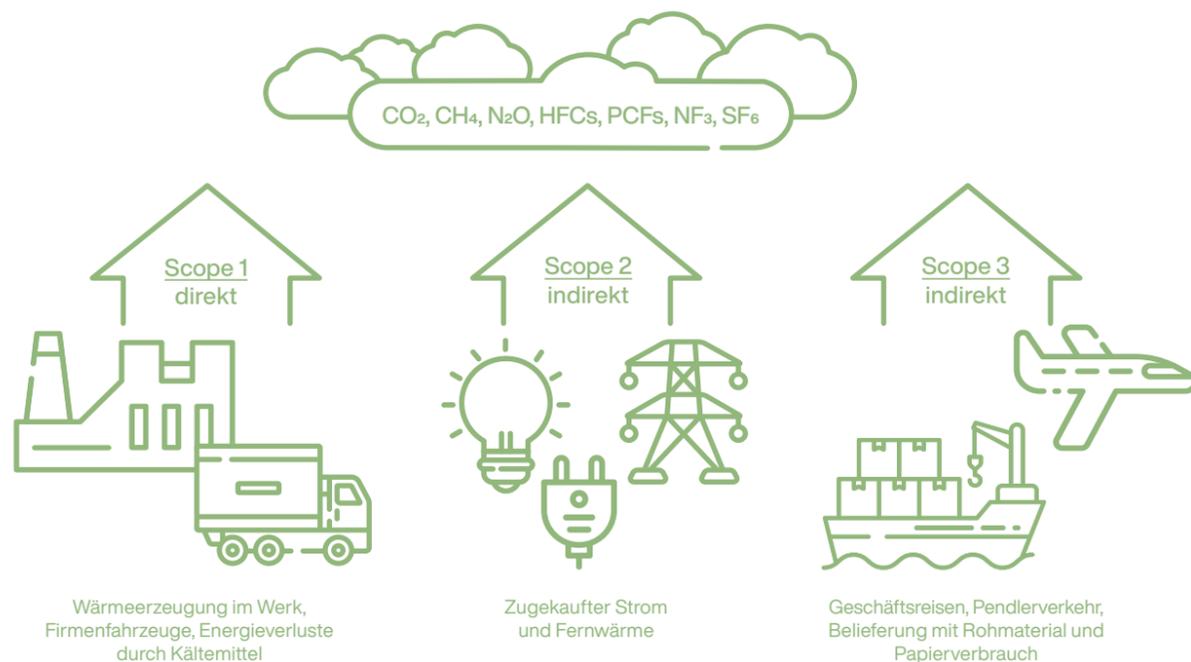
### SDGs



# Corporate Carbon Footprint von umdasch The Store Makers

umdasch The Store Makers, die Ladenbau-Division der Umdasch Group, legte 2021 den Fokus auf die Ermittlung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks ihrer fünf größten Produktionsstandorte. Mittlerweile liegen aussagekräftige Daten der Jahre 2018–2020 vor.

Grafik 1



Bei der Analyse wurden Treibhausgasemissionen (THG-Emissionen) aus folgenden Quellen bilanziert: Erdgas und Biomasse zur Wärmeezeugung, Treibstoffe für den Fuhrpark, Kältemittelnachfüllungen, der zugekaufte Strom, Dienstreisen, die Anreise der Mitarbeiter\*innen, die Anlieferung der Rohstoffe sowie der Papierverbrauch.

## SDGs



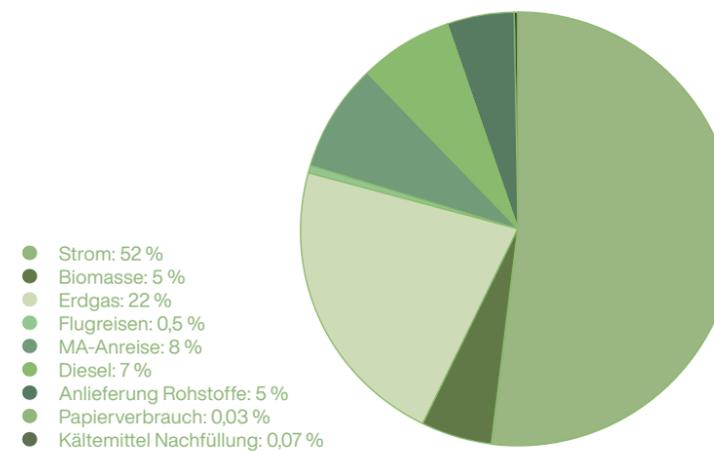
## Die Ergebnisse

Es hat sich gezeigt, dass Strom in den meisten Fällen der größte Verursacher der THG-Emissionen ist (Grafik 2). So verursacht die Erzeugung von Strom aus Erdöl, Erdgas oder Kohle negative Umweltauswirkungen. Gleichzeitig zeigten die Corporate-Carbon-Footprint-Berechnungen, dass die Emissionen zwischen 2018 und 2020 um rund 24 % reduziert werden konnten. Einer der ausschlaggebenden Gründe war die Substitution des Energieträgers Erdgas durch Fernwärme am größten Produktionsstandort der Store Makers in Leibnitz. Pandemiebedingt reduzierten sich im Jahr 2020 die Emissionen für Flugreisen, An- und Abreise der Mitarbeiter\*innen zur Arbeitsstätte oder Kraftstoffverbrauch der Unternehmensflotte deutlich im Vergleich zum Jahr 2019.

## Ökostrom bringt's

Hochrechnungen zeigen, dass ein Wechsel auf Grünstrom genauso wie die Investition in Photovoltaik die Jahresemissionen spezifischer Standorte um bis zu 50 % senken kann. Eine dieser Maßnahmen hat der Produktionsstandort in Leibnitz bereits beschlossen. Seit Anfang 2022 wird ausschließlich Ökostrom bezogen. So ist ab dem Jahr 2022 ein deutlicher Rückgang der Emissionen an diesem Standort möglich. Gleichzeitig werden für alle relevanten Standorte Potenziale für weitere Maßnahmen zur Reduktion der Emissionen analysiert.

## Corporate Carbon Footprint umdasch The Store Makers (market based)



Grafik 2 Überblick über alle Produktionsniederlassungen für das Jahr 2020 – CO<sub>2</sub>-Äquivalente

Was beschreibt der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck überhaupt? Der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, auch CO<sub>2</sub>-Bilanz genannt, beschreibt die Menge an Treibhausgasen, die ein Unternehmen verursacht oder ein Produkt bei Herstellung, Nutzung und Verwertung hervorruft. Treibhausgase sind klimaschädliche Gase wie CO<sub>2</sub>, Methan, Lachgas und andere Gase. Misst man die Unternehmens-Emissionen, spricht man vom Corporate Carbon Footprint, dem Unternehmens-Fußabdruck. Werden die Emissionen eines spezifischen Produkts, beispielsweise eines Store Makers Basixx-Regals oder einer Doka Framax-Schalung, betrachtet, spricht man vom Product Carbon Footprint (Produkt-CO<sub>2</sub>-Bilanz).

## Für eine nachhaltige Zukunft unseres Unternehmens und unserer Kunden

Weltweit spüren Brands und große Handelsketten die veränderten Konsumentenforderungen und versuchen, diese ihrerseits durch verschiedene nachhaltige Maßnahmen entlang deren Wertschöpfungskette zu erfüllen. Der Nachfrage der umweltbewussten Retailer begegnen die umdasch Store Makers mit nachhaltigen Ladenbau-Lösungen und umweltfreundlichen Produkten. umdasch The Store Makers will ebenfalls die unternehmensseitigen Nachhaltigkeitsbemühungen vorantreiben, indem die Umweltfreundlichkeit der Produkte und Services, aber auch der Unternehmensleistung immer weiter verbessert wird. Die Berechnung der CO<sub>2</sub>-Bilanzen macht genau das – sie hilft umdasch, den Kunden weiterhin ein verlässlicher und gleichermaßen klimaschutzbewusster Partner zu sein. Ebenso zeugt die kontinuierliche Betrachtung und Verringerung der Treibhausgasemissionen und negativen Umweltauswirkungen vom ernstgemeinten Engagement der Store Makers für den Klimaschutz.

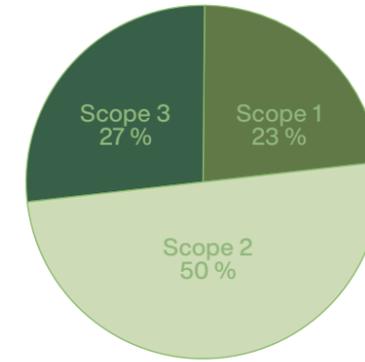
Aus strategischer Sicht werden die Emissionen bei den Store Makers von umdasch künftig jährlich erhoben, die eingeleiteten Maßnahmen auf ihre Wirksamkeit überprüft und weitere Entscheidungsgrundlagen für eine nachhaltige Zukunft geschaffen.

# Corporate Carbon Footprint von Doka

Doka, die Division für Schalungstechnik und Gerüstbau der Umdasch Group, legt die CO<sub>2</sub>-Bilanz des Unternehmens vor: den Corporate Carbon Footprint für das Jahr 2020. Ermittelt wurden die Treibhausgasemissionen in einem ersten Schritt für Doka Europe.\*



## Corporate Carbon Footprint Europa



Grafik 3 Die ersichtlichen Emissionen aus Scope 3 resultieren aus Aktivitäten in Scope 1 und 2, Scope 3 ist nicht Bestandteil der aktuellen CCF-Kalkulationen.

\* Neben HQ+PU Amstetten sind das Deutschland, Schweiz, Frankreich, Italien, Slowakei, Tschechien, Polen, Niederlande, Großbritannien & Irland, Schweden, Dänemark, Finnland, Norwegen, Doka Adria (Slowenien, Kroatien), Serbien, Griechenland, Ungarn, Ukraine, Doka Baltic (Estland, Lettland, Litauen), Rumänien, PU Russland.

Erfasst werden Emissionen in Scope 1 und Scope 2, die durch die Unternehmenstätigkeit innerhalb 2020 erzeugt wurden. Diese Bilanz beinhaltet die Emissionen aus eigenen Fahrzeugen und Anlagen sowie die eingekaufte Energie, wie eben Strom und Wärme (Grafik 3).

### Meilenstein: Das haben wir davon

Wir kennen nun unseren unternehmenseigenen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, die Bereiche, wo wir genau ansetzen müssen, um Treibhausgasemissionen zu reduzieren, und können punktgenaue Maßnahmen setzen. Und zwar auch länderspezifische Maßnahmen. Denn die Länder sind in ihrem Energiemix sehr divers und präsentieren sich mit sehr unterschiedlichen CO<sub>2</sub>-Bilanzen.

### Größter Hebel: Zugekaufte Energie

Betrachtet man den Corporate Carbon Footprint (Scope 1 und Scope 2) für Doka Europe so zeigt sich, dass zugekaufte Energien, also Strom, Heizen und Kühlen, die meisten Treibhausgasemissionen verursachen. Nämlich mehr als die Hälfte (siehe Grafik 4).

Damit liegt auf der Hand, dass Strom der größte Hebel ist, wenn es gilt, Treibhausgasemissionen von Doka zu minimieren. Insgesamt zeichnet sich bei zugekaufter Energie der Trend ab, dass man vermehrt auf erneuerbare Energiequellen und Energiesysteme setzt.

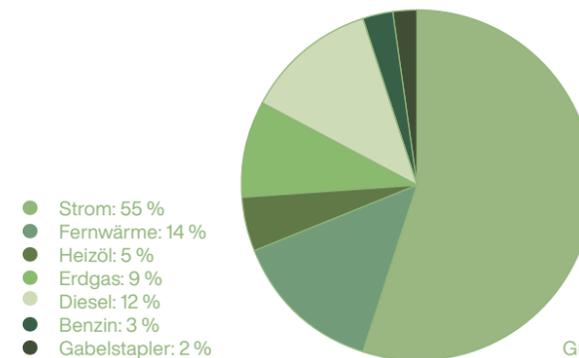
Über die Länder betrachtet zeigt sich, dass Doka Schweden eine richtungweisende Vorgehensweise hat. Die dortige Niederlassung ist im Winter 2021 zu 100 % auf Energie aus erneuerbaren Quellen umgestiegen, deshalb werden sie 2022 die Emissionen um 46 % reduzieren können.

Derzeit wird eine Klimastrategie für die gesamte Doka erstellt, inklusive Maßnahmen, wie die Treibhausgasemissionen insgesamt reduziert werden können.

### Musterbeispiel: HQ Amstetten

Ein Umstieg von kohlenstofflastigen Energiequellen hin zu kohlenstoffarmen ist auch bei Doka ein Gebot der Stunde. Vorreiter ist das HQ Amstetten. Dort wurden 2020 bereits knapp drei Viertel des gesamten Energiebedarfs, also Strom, Heizen, Kühlen, durch erneuerbare Energie erzeugt. Darunter fällt einerseits die PV-Anlage über den Dächern des Werks. (Siehe Artikel Photovoltaikanlage am HQ Amstetten Seite 160.) Andererseits liegt ein großer Teil der guten Bilanz des HQ Amstetten in der Fernwärme begründet. Das heißt, beim Heizen versorgt sich unser HQ durch die Abwärme des Heizwerks Amstetten. Wir liefern unsere Späne dorthin und bekommen dafür Wärme retour.

## Corporate Carbon Footprint Europa



Grafik 4

### Was haben unsere Kunden davon?

Mit unserem Dekarbonisierungs-Ansatz helfen wir unseren Kunden als Teil ihrer Lieferkette, ihren eigenen Corporate Carbon Footprint zu senken. Mittlerweile werden diesbezüglich bereits europaweit gesetzliche Anforderungen vorbereitet: Alle Unternehmen innerhalb einer Lieferkette sollen künftig offenlegen, dass sie in den Bereichen Umwelt und Soziales eine verantwortungsvolle Unternehmensführung aufweisen.

In einer Welt, die immer gravierender von Klimaverwerfungen und Extremwetterbedingungen geprägt ist, sind eben alle aufgefordert, Verantwortung zu übernehmen.

# Product Carbon Footprint von Doka: Den Lebenszyklus im Fokus

Doka legt den Product Carbon Footprint (PCF) vor. Was relativ beiläufig klingt, war ein echter Kraftakt: Die Produktpalette von Doka umfasst knapp 6.000 Produkte. Für jedes einzelne davon haben wir uns die Zusammensetzung und den Rohstoffbedarf für die Herstellung angesehen. Weiters berücksichtigen wir die Auslieferung in unsere weltweiten Distribution Center und Niederlassungen. Auch Reparatur und Reinigung sowie die Verwertung am Lebensende haben wir inkludiert. So können wir für jedes Produkt den Product Carbon Footprint (PCF) über den gesamten Lebenszyklus ausweisen.



SDGs



Meilenstein: Das haben wir davon

Durch die Kalkulation des PCF können wir CO<sub>2</sub>-Hotspots im gesamten Lebenszyklus identifizieren und so gezielt Maßnahmen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen unserer Produkte umsetzen.

Die Kenntnis des PCF ermöglicht uns die Entwicklung von klimafreundlicheren Produkten. Dies ist ein zentraler Bestandteil unserer Klimastrategie.

Was haben die Kunden davon?

Die Information auf Knopfdruck. Für unsere Kunden können wir auf Nachfrage die CO<sub>2</sub>-Emissionen unserer Produkte zur Verfügung stellen. Interne Produktvergleiche ermöglichen die Bestellung des Produkts mit der besseren CO<sub>2</sub>-Bilanz (Grafik 5).

Einen Großteil (über 50 %) unserer Produkte vermieten wir. Der Product Carbon Footprint im gesamten Lebenszyklus (Rohstoffbeschaffung, Herstellung, Transport, Reparatur und Waschen, Verwertung am Lebensende) wird auf eine durchschnittliche Nutzungsdauer bezogen. So können wir den Carbon Footprint jeder Schalung für die Dauer ihrer Miete anteilig berechnen. Vor allem bei öffentlichen Ausschreibungen wird vermehrt nach den CO<sub>2</sub>-Bilanzen unserer Produkte gefragt.

Ein Vergleich der CO<sub>2</sub>-Emissionen bei Herstellung Doka-Deckenstützen



Grafik 5 Durch den Einsatz von hochfestem Stahl und modernster Produktion wiegt die Deckenstütze Eurex LW deutlich weniger als gängige Stahlrohrstützen. Dies senkt die CO<sub>2</sub>-Emissionen und führt zu ergonomischen Vorteilen für den Anwender. Und das bei gewohnter Performance sowie Lebensdauer.

KPI 14

# Ökoeffiziente Investitionen

## 60 %



Ökologisch positiv wirksame Investitionen  
Gesamtinvestitionsvolumen

Vgl. 2020: 72,3 %

Der Transport unserer Produkte ist einer der größten Verursacher von Treibhausgasemissionen im Unternehmen. Und dabei ist es vor allem der Lkw, der ins Gewicht fällt. [Das große Thema](#)

Die nachhaltige Lösung **Der „Intermodal-LKW“**

Die Doka Transportlogistik in Amstetten lässt mit einem starken, nachhaltigen Fokus auf die Ausweitung des Intermodalverkehrs aufhorchen:

Statt nur mit dem LKW werden die Transporte in Kombination mit der Bahn erledigt, wobei der überwiegende Teil mit der Bahn erfolgt. Kombiniertes Verkehr ist per se nichts Neues, allerdings treiben wir das Thema nun stark unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten und haben eine eigene Kategorie „Intermodal-LKW“ in unseren IT-Systemen angelegt.

Auf der Doka-Landkarte gibt es bereits mehrere Länder, in welche die Produkte via Intermodalverkehr transportiert werden. So werden seit Juli 2021 unsere Produkte im kombinierten Verkehr nach Rumänien transportiert. Das heißt, der überwiegende Teil der rund 1.200 Kilometer zur Niederlassung von Doka in Tunari, nördlich von Bukarest, wird mit der Bahn zurückgelegt.

Kommt das Produkt rechtzeitig beim Kunden an? „Ja“, sagt Doka-Logistiker Thomas Schlögl. Und seine Kollegin Nese Caliskan setzt nach: „Und das noch dazu günstiger und mit viel weniger Treibhausgasemissionen.“



Generell ist der „Intermodal-LKW“ ganz im Sinne der Nachhaltigkeitsstrategie der Umdasch Group:

1. Er ist nachhaltig: Konkret fällt pro intermodalem Transport im Vergleich zu Transport nur per LKW um 40 % weniger CO<sub>2</sub> an.

2. Und wirtschaftlich: Die Kombination LKW + Bahn ist günstiger. Nicht nur wegen des Frachtpreises pro LKW-Transport, sondern auch wegen der Ladekapazität. Denn der intermodale Transport kann auch mehr Tonnage aufnehmen als reiner Straßentransport. Das drückt die Kosten um weitere 12 %.

Wird Doka künftig nur intermodal nach Rumänien fahren? „Nein“, sagt Nese Caliskan. „Wir sind an bestimmte Verladetage gebunden (MO/MI/FR) und können so nicht immer die notwendige Flexibilität im Vergleich zum reinen Straßentransport gewährleisten.“ Ziel ist es, zumindest 40 % unserer Transporte Richtung Rumänien auf den „Intermodal-LKW“ umzustellen.

Seit Ende 2021 werden nun auch die Länder Schweden, Türkei und Bulgarien durch Intermodalverkehr angesteuert. Insgesamt wurden 2021 über 500 Tonnen Ware im Intermodalverkehr an die genannten Destinationen versandt. Sowohl die ökologische als auch die ökonomische Rechnung stimmt:

In allen Ländern gesamt konnten 2021 3,4 % der Frachtkosten sowie 39 % CO<sub>2</sub>-Emissionen eingespart werden. Und für weitere Länder werden derzeit die Möglichkeiten des Einsatzes von intermodalen Transportvarianten geprüft.

kombinierter Transport LKW + Bahn  
40 % weniger Treibhausgase und das auch noch günstiger



SDGs



KPI 15

Transport-effizienz **21,9**

Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente  
Umsatzerlöse Mio. €

Die Überlegung **Ungenutzte Dachflächen einer wertschöpfenden Nutzung zuführen**

Das Resultat **Photovoltaik – aus Sonne mach Strom geht in Serie**



Amstetten

Im letztjährigen Geschäftsbericht berichteten wir an dieser Stelle vom ersten Teil der Photovoltaik-Anlage, die im Sommer 2021 auf den Sheddächern des Hallenblocks B3 unserer Produktion in Amstetten in Betrieb ging. Wenige Monate später wurde der zweite Teil der Anlage montiert. Diese neue Photovoltaik-Anlage in Amstetten ist aber erst der Anfang. Denn die Ausrollung auf viele weitere Standorte ist bereits in Prüfung.

SDGs



Niederhasli, Schweiz

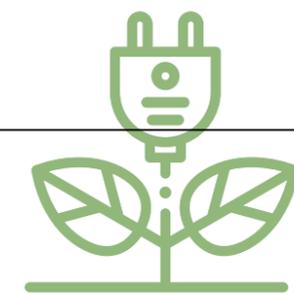
Insgesamt werden mit der Anlage in Amstetten ca. 950.000 Kilowattstunden pro Jahr ins Doka-Stromnetzwerk gespeist. Das bedeutet, dass nun 3 % des jährlichen Strombedarfs am Standort Amstetten von der Sonne produziert werden, was einer Stromkostensparnis von 40.000 € entspricht und – ganz im Sinne der Nachhaltigkeitsstrategie der Umdasch Group – auch noch 235 Tonnen weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Jahr verursacht.

Die Umdasch Group möchte diese Möglichkeit der erneuerbaren Energiequelle weltweit forcieren. Derzeit laufen an vielen Standorten Potenzialerhebungen und Machbarkeitsanalysen. Wie etwa die Doka-Niederlassung Niederhasli in der Schweiz, wo eine PV-Anlage bereits auf dem Bürogebäude installiert ist und auf den Hallendächern dieses Jahr folgen wird.

Auf den Dächern des Standorts Amstetten ist allerdings das Potenzial für PV-Strom noch bei Weitem nicht ausgeschöpft. Für dieses Jahr ist ein weiterer Anlagenausbau in Amstetten, St. Martin und St. Georgen angedacht mit einer zusätzlichen Gesamtleistung von ca. 2,22 MWp. Und am Standort Graz wird ebenfalls in diesen Tagen eine PV-Anlage montiert.

KPI 16

Erneuerbare  
Energien



53 %

Verbrauch Erneuerbare Energie  
Energieverbrauch gesamt

Vgl. 2020: 58,2 %

2021 wurden drei weitere ausländische Produktionen der Store Makers (Bursa, Ramenskoe, Zagreb) ins Reporting aufgenommen. Erste Maßnahmen zur Verwendung erneuerbarer Energien in diesen Produktionen wirken erst im Folgejahr 2022.

## Veränderte Nachfrage

In den letzten Jahren werden immer mehr kundenindividuelle Produkte nachgefragt. Zusätzlich befinden wir uns bei Doka auf einem globalen Expansionskurs. Beides hat zur Folge, dass die Teilekomplexität und -vielfalt in unserer Produktion stark ansteigt. Wir brauchen mehr Flexibilität und bestmögliche Effizienz in unserem Fertigungsprozess.

## Unsere Antwort Die papierlose Fertigung

In Zukunft setzen wir in unserer Produktion noch stärker auf Digitalisierung. 2021 haben wir begonnen, die Abwicklung unserer Fertigungsaufträge komplett auf eine neue digitale Lösung umzustellen. Nach erfolgreich durchgeführten Tests in zwei Produktionseinheiten wurde der Rollout für das Projekt in weiteren Teilen der Produktion bereits gestartet.

Mit dem Weg zur papierlosen Fertigung gewinnen wir im Produktionsalltag aber noch mehr. Durch die Digitalisierung können wir unsere Prozesse umfangreich optimieren:

1. Wir sparen Zeit, indem wir die Geschwindigkeit im Informations- und Datenaustausch erhöhen und künftig einen Single-Point-of-Information schaffen.

Mit dem digitalen Erhalt des Fertigungsauftrags bekommen die Mitarbeiter\*innen alle notwendigen Unterlagen auf das Endgerät gespielt und haben damit alle relevanten Informationen zur Verfügung. Dafür wurden unter anderem 90 Industrie-Tablets, 24 24-Zoll-Touch-Monitore und 11 Großbilddisplays in die Produktion eingebracht.

2. Wir erhöhen die Effizienz durch die Einführung moderner Technologien.

Mit dem Einsatz von PLM-Software (Product-Lifecycle-Management) wurde in der Framax Fertigschweißanlage sowie bei der Pulverbeschichtung die Planung und Programmierung der Maschinen digitalisiert. Das neue System ermöglicht dank eines virtuellen 3D-Zwillings der Anlage Simulationen, was die Einfahrzeit und den Ausschuss reduziert und eine schnellere Herstellung besserer Teile ermöglicht. Zusätzlich gestattet die Software einen Parallelbetrieb von Fertigung und Planung, was Stillstände von bis zu 8.000 Stunden jährlich reduziert.

3. Wir verringern Kosten und setzen eine Initiative in Richtung Nachhaltigkeit.

Durch die Digitalisierung der Fertigungspläne und Lohnkarten sparen wir ca. 2,5 Tonnen Papier pro Jahr ein und reduzieren bisher notwendige Transportwege von Planausdrucken und Fertigungsplänen von unserem Werk in Amstetten ins Werk in St. Martin.

Im Zuge des Projekts erhalten auch erstmalig alle gewerblichen Mitarbeiter\*innen der Doka eine Lizenz und einen persönlichen User Account als Zugang zu unserer IT-Systemlandschaft. Dieses individuelle Benutzerkonto bietet nicht nur die Möglichkeit, mit Kolleg\*innen digital zu kommunizieren, sondern dient auch als Basis, um sich bei diversen Systemen zu authentifizieren. Damit wurde eine wesentliche Grundvoraussetzung für die weitreichende Digitalisierungsstrategie der Doka erfüllt.

## SDGs



Die Digitalisierung eröffnet ein neues Zeitalter in der Doka-Produktion

# Detailparameter zu den Nachhaltigkeitskennzahlen (KPIs) der Umdasch Group

- |   |  |   |
|---|--|---|
| 1 EIGENKAPITALQUOTE<br>Umdasch Group weltweit   | 8 FREIWILLIGE<br>SOZIALLEISTUNGSQUOTE<br>Enthalten sind freiwillige Sonderprämien für Arbeiter*innen und Angestellte, Gesundheitsprogramm VITAL, freiwillige Corona-Gesundheitsmaßnahmen, Betriebsküche, Betriebliche Vorsorge, Unfallversicherungen, Auslandsversicherung, International SOS, Umdasch Nest, Werksgemeinschaft Umdasch, Werkswohnungen und -häuser, Werksbusse, Buszubringerdienste, Jubiläen, Pensionsfeiern und -geschenke, Ausbildungsbeihilfe Lehrlinge, Lehrlings-<br>exkursionen, Zeitungen/Zeitschriften, Heizzulage, Arbeitskleidung, Weihnachtsgutscheine, Geburts- und Hochzeitsgeschenke, Zuschuss Betriebsratsfonds, Sozialfonds, Jahresausklungsfeier; Anzahl Mitarbeiter*innen in Österreich | 13 UNFALLQUOTE<br>Doka: Doka Österreich, Production Unit Slowakei und Production Unit Russland<br>umdasch The Store Makers: Produktionsstandorte Bursa, Leibnitz, Hasendorf, Gleinstätten, Litomyšl, Middle East, Zagreb  |
| 2 GESAMTKAPITALRENTABILITÄT<br>Umdasch Group weltweit   |  | 14 ÖKOEFFIZIENTE INVESTITIONEN<br>Umdasch Group weltweit;   |
| 3 UMSATZRENTABILITÄT<br>Umdasch Group weltweit  |  | 15 TRANSPORTEFFIZIENZ<br>Nur Doka;<br>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. |
| 4 INNOVATIONSRATE<br>Umdasch Group weltweit   |  | 16 ERNEUERBARE ENERGIEN<br>Doka HQ und Produktion Amstetten, St. Martin, Banska Bystrica, umdasch The Store Makers Bursa, Leibnitz, Hasendorf, Gleinstätten, Litomyšl, Ramenskoe, Zagreb  |
| 5 INNOVATIONSFREUDE<br>Umdasch Group weltweit; enthält gänzlich oder anteilmäßig sämtliche Zentralbereiche für Innovation     | 9 GESUNDHEITSQUOTE<br>Umdasch Group Österreich   |   |
| 6 WEITEREMPFEHLUNGSRATE<br>Ausrollung: Doka – 15 Länder<br>umdasch The Store Makers – weltweit                                | 10 WEITERBILDUNGSINTENSITÄT<br>Umdasch Group weltweit  |   |
| 7 SERVICEQUOTE<br>Sämtliche Service-, Dienstleistungs- und Mietumsätze Doka, umdasch The Store Makers, Umdasch Group Ventures | 11 COMPLIANCE-RATE<br>Umdasch Group weltweit   |   |
|   | 12 AUSGABEN FÜR GESELLSCHAFT<br>UND SOZIALES<br>Von der Umdasch Group AG getätigte Sponsor Ausgaben; nicht eingerechnet sind Sponsoraktivitäten der Tochter- und Vertriebsgesellschaften   |   |

---

## Impressum

Herausgeberin  
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

Für den Druck dieses Berichts wurde  
ausschließlich Lagerpapier verwendet,  
das nicht extra hergestellt wurde.



The mark of  
responsible forestry