

umdaschgroup

vividiversity

Geschäftsbericht 2012

Geschäftsbericht 2012

Inhaltsverzeichnis

Eckdaten	09
vivid diversity	12
Umdasch Group	30
Umdasch Group Themen-Special vivid projects	40
Doka Group	70
Doka Group Lagebericht	86
Doka Group Themen-Special Lotte World Tower	134
Umdasch Shopfitting Group	156
Umdasch Shopfitting Group Lagebericht	172
Umdasch Shopfitting Group Themen-Special Bühnen der Einzigartigkeit	194
Zahlen, Daten, Fakten	214

Die wesentlichen Eckdaten der
Umdasch Group auf einen Blick

	2012	2011	2010	2009	2008
Konsolidierter Umsatz in Mio. EUR	1.059	968	908	955	1.177
Auslandsanteil	88 %	87 %	87 %	88 %	89 %
Mitarbeiter gesamt (im Jahresschnitt)	7.430	7.114	6.881	7.256	7.780
davon Österreich	2.725	2.777	2.699	2.917	3.202
davon international	4.705	4.337	4.182	4.339	4.578
Investitionen in Mio. EUR	97	55	39	40	128
Cashflow aus dem Ergebnis in Mio. EUR	93	95	80	94	168
Jahresüberschuss in Mio. EUR	40	47	37	53	121

vivid diversity

Lebendige Vielfalt bestimmt das Wesen unseres Planeten und taktet unser Leben: Sie bewegt und verwandelt, sie verbindet und trennt, verbessert, treibt und erfindet sich neu. Sie hält alles am Laufen.

Mit volatilen Märkten, wechselnden Moden, neuen Antrieben, Medienhypes und dem ständigen Oszillieren zwischen dem Analogen und dem Digitalen produktiv umzugehen ist Auftrag und Chance für die Unternehmen der Zukunft.

Great Barrier Riff, Australien. UNESCO Weltkulturerbe. Ein faszinierendes Verschmelzen von Leben, Veränderung und Anpassung zu einem unvergleichlichen Habitat von 2.300 Kilometern Länge: mit 2.900 Einzelriffen und nahezu 1.000 Inseln. Verschwenderische Farbenpracht, optimierte Funktionalität, permanente Erneuerung und die besten Wirkungsgrade der Welt: **Unternehmen Vielfalt.**



Mehr entdecken.

Östliches Russland, Ochotskisches Meer. Schwere Wolkenfelder und zarte Wolkenzöpfe verbergen, wie lebensfeindlich die Welt unter ihnen sein kann. Wer es wagt und sich den Widrigkeiten stellt, wird mannigfach belohnt: mit einem ungeahnten Reichtum an Fischen und einem Zugang zu den Schätzen der Erde. Eine Chance, die lebt: **Unternehmen Risiko.**

53.212612 Breitengrad.
149.018555 Längengrad.



Mehr entdecken.

Merkmal
Unterschied

vivid diversity

Intelligenz ist die Fähigkeit, zu unterscheiden, und Differenzierung macht neugierig.

Sie löst Wahrnehmung und Interesse aus, steuert Entscheidungen und schafft eine Vielfalt an Qualitäten, Ideen, Impulsen und Innovationen. Sie wird zu bunter Lebendigkeit. Ein Erfolgskonzept der Multioption, die Unternehmen ebenso erfolgreich macht wie ihre Mitarbeiter, Kunden und Partner.

Vielfalt macht aus Angeboten Wahlmöglichkeiten und aus Produkten Systeme und Lösungen. Sie ermöglicht Individualität und Anpassung: Der Reichtum eines Landes oder Unternehmens wird letztlich von seiner Vielfalt an Produkten und Ideen gebildet. (Joseph Alois Schumpeter)

Mit der Diversität an Angeboten, Fähigkeiten, Talenten und Denkrichtungen steigen automatisch auch die Möglichkeiten für Synergie und Kombination, die essenziell sind für eine permanente Erneuerung. Vielfalt und Lebendigkeit sind die Motoren und die Folgen jener „schöpferischen Zerstörung“, die das Bessere zum Feind des Guten macht und Menschen und Betriebe gleichermaßen voranbringt. Sie sind die eigentlichen Entrepreneure und Treiber unserer Wirtschaft – überall auf der Welt.

Gerade weil immer alles noch besser werden soll, kann es niemals gleicher werden

Das Bejahen und Fördern von lebendiger Vielfalt markiert die Abkehr von Routine, Gleichförmigkeit und Fadesse. Vielfalt mobilisiert die Suchspannung, motiviert und inspiriert die Menschen und beschleunigt das Entstehen neuer Arten. Dieses Streben bringt aber vor allem eines zustande: Die Dinge werden nicht mehr nur so gesehen, wie sie sind, sondern auch, wie sie sein könnten. Das bringt ständig neue Lösungen hervor, wirft aber auch immer neue Fragen auf, die wiederum einer schöpferischen Antwort bedürfen. Die Nähe zum Kunden führt Unternehmen dabei mitten in die Turbulenzen des Marktes hinein – und doch ist sie unverzichtbar. Stabile Verhältnisse sind Warteschlei-

fen der Evolution. Stabilität und Individualität entstehen nur durch Rückkoppelung aus dem Durchfluss von Energien und Information – also aus dem Auswerten von Vielfalt.

Die neue Generation der (Schalungs-)Technik: Symphonie statt Einseitigkeit

Aus der klassischen Schalungstechnik ist längst ein High-Concept-Business geworden, in dem Design, Muster, Erfahrungen, Erfolgsgeschichten, Einfühlungsvermögen und die nachhaltige Wirtschaftlichkeit der Lösungen immer bedeutsamer werden. Markengeltung, Vertrauen, Anerkennung und nachhaltige Erfolge entstehen nur mehr dann, wenn Zusammenhänge unter verschiedensten Bedingungen zuverlässig beherrscht werden. Die Doka Group ist nicht zuletzt wegen ihrer international bewiesenen Expertise bei der Lösung schwieriger Aufgaben weltweit zur ersten Wahl geworden: Sie ist wegweisend.

Die neue Qualität der Qualität: Erlebniswelten der Wahrnehmung

Während der herkömmliche Ladenbau früher vor allem der Warenpräsentation gedient hat, schafft er jetzt Bühnen für die Kunden, die im „space for people“ ihre ganze Individualität darstellen, spiegeln und ausleben können. In diesem Raum für die Menschen wird Lebendigkeit zum Gestaltungsprinzip und zum interaktiven Spiel zwischen Angebot und Nachfrage: Einkauf als ein Medienereignis, das lebt und in dem nicht mehr die Angebote zum Kauf verführen, sondern in das die Kunden selbstbestimmt eintauchen: in eine begehbare Installation, in der das Begehren von Kunst und Überraschung ausgeht, die alle Sinne erreichen.

45.91581 Breitengrad.
6.76620 Längengrad.

Der europäische Wald. Ein höchst produktives Ökosystem mit Klimafunktion.

Ein Mosaik unterschiedlicher Vegetationen und naturgewollter Werte: Wirtschaftlicher Nutzen, der Schutz des Raumes und der Grundlagen des Lebens, Erholungs- und Freizeitbereich. Boden, Dach und Habitat, das die Biodiversität bewahrt und so den Reichtum der Menschheit sichert. **Unternehmen Nachhaltigkeit.**



Mehr entdecken.

Merkmale
Unterschied
vivid diversity

Wenn wir die vielen Facetten unserer neuen Welt-
sicht zu Impulsen unserer eigenen Entwicklung
machen wollen, müssen wir auch unsere eigenen
Perspektiven ändern.

Wir wissen beispielsweise, dass die tiefste Mensch-
heitserfahrung nicht die Landung auf dem Mond
war, sondern der faszinierende Blick aus dem
Weltraum zur Erde: auf die Schönheit unseres
„blauen Planeten“.

Unser Gehirn ist darauf eingestellt, ein Gesamtbild wahrzunehmen. Das Wahrnehmen
der vielen kleinen Unterschiede im Detail bedarf deshalb unserer ganz besonderen
Zuwendung und Aufmerksamkeit. Aber: Der Unterschied macht den Unterschied. Weil
unterschiedlich denkende Menschen mit all ihren persönlichen Geschichten, Ideen,
Einsichten und Kompetenzen die Dinge „mit eigenen Augen“ sehen, variieren sie damit
den Fokus eines Unternehmens wie von selbst.

Die Vielzahl ihrer Kulturen, Wertvorstellungen und Denkmuster potenziert die Lösungs-
kompetenz einer Organisation. Sie sind damit ein enormes Wachstumspotenzial in
qualitativer und quantitativer Hinsicht und der von innen geleitete Antrieb, sich zu einem
„Weltbürger der Ideen“ zu entwickeln. Differenzierung entsteht, wenn mutige Unter-
nehmerinnen und Unternehmer die Realität erfassen, ihre Chancen erkennen und sie
auch nützen, wenn es ihnen „die Sache“ wert ist. Das ist dann nicht nur der Weg aus
dem Mittelmaß, sondern auch die Entscheidung, nicht andere über das Wohl und
Wehe des Unternehmens entscheiden zu lassen. Eine Frage von Selbstachtung und
Selbstbestimmung.

Es lebe der Unterschied, der den Unterschied macht

Lebendige Vielfalt in Angebot und Auftritt schafft die Voraussetzungen dafür, viele
unterschiedliche „Schubladen“ in den Köpfen jener Menschen zu erreichen, auf die es
langfristig ankommt: bei Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und nicht zuletzt bei Mei-
nungsbildnern und Kunden. So werden Angebot und Marke kontrastreich positioniert.

Differenzierung ist das wahrscheinlich stärkste Marketinginstrument. Gleichzeitig
erfordert diese Strategie aber auch die Entwicklung von „weichen Kompetenzen“ wie
Flexibilität und Lernbereitschaft, die als wesentliche Assets der Unternehmenskultur
erkannt, gepflegt und angepasst werden müssen. Sie sind die Wurzeln einer lernenden
Organisation.

Wissen, Können und der Wert einer einschätzbaren Haltung erweisen sich gerade
bei großen Herausforderungen unter schwierigen Bedingungen als ganz besonders
wichtig.

Vielfalt in der Einheit: innen wie außen

Die Umdasch Group ist mit ihren Unternehmen Doka Group und Umdasch Shopfitting
Group in vielerlei Hinsicht Raumgestalter: mit innovativer Schalungstechnik beim
wirtschaftlichen Errichten und Ausgestalten von Bauwerken aus Beton. Und mit einem
Ladenbau, der mit der Kunst der Inszenierung Raum für Menschen und Erlebnisse
schafft.

Beides ruft Technik und Ideen auf den Plan, und erst die professionelle Koordinati-
on macht es möglich, auf Kompromisse zu verzichten. So werden zwei Seiten einer
Medaille zur besonderen Auszeichnung für das Zusammenwirken eines Denkens und
Handelns, an dem immer der ganze Mensch Anteil nimmt: mit all seinen Potenzialen,
Emotionen und Gefühlen.

„Wenn man innerhalb eng
gesteckter Rahmenbedin-
gungen arbeiten muss, wird
die Vorstellungskraft aufs
Äußerste gefordert – was
zu den großartigsten Ideen
führt.“

T. S. Eliot, Nobelpreisträger
für Literatur

„Geh nicht nur die glatten
Straßen. Geh Wege, die
noch niemand ging, damit
du Spuren hinterlässt und
nicht nur Staub.“

Antoine de Saint-Exupéry

19.549437 Breitengrad.

13.381348 Längengrad.

Zentralafrika. Sturm und Staub verfrachten Land. Wind, der Mensch und Tier den Atem nimmt und beiden oft auch die Grundlage ihrer Existenz. Wertvolle Ackerkrume wird als Sahara-Staub quer über den Kontinent und sogar über den Atlantik geblasen. Alles Leben zieht dahin, und Naturgewalten werden Schicksal. Aber wir können helfen, die Folgen zu lindern. **Unternehmen Solidarität.**



Mehr entdecken.

70.627197 Breitengrad.
39.210205 Längengrad.

Phytoplanktonblüten in der Barentssee. Wurzel unserer Atmosphäre.

Kaum wahrnehmbar, aber seit 2,5 Milliarden Jahren die größte Sauerstoffquelle unserer Welt. Ganz am Beginn der Nahrungskette und jetzt wieder deutlicher an der Schwelle menschlichen Bewusstseins. Leben beginnt immer klein, auch wenn es zu ungeahnter Größe wächst. **Unternehmen Achtsamkeit.**



Mehr entdecken.

Nationalpark Torres del Paine, Patagonien. Biosphärenreservat der UNESCO. Berge und Täler, Höhen und Tiefen, Fjorde und Sand, Gletscher, Quellen und Brüche und die Spannung, die davon ausgeht: Schönheit, Stille, Erhabenheit, Gipfel der Welt oder abweisende Landschaft? Wie nehmen wir wahr, was vor uns liegt? **Unternehmen Vision.**

-50.867511 Breitengrad.

-73.003464 Längengrad.



Mehr entdecken.

umdasch
group



**Dr. Andreas J. Ludwig,
Vorsitzender des Vorstandes
der Umdasch AG.**

Oft ist es der „dritte Weg“, der zum Erfolg führt. Erst das Denken jenseits aller routinieren Ja/Nein-Entscheidungen offenbart die ganze Fülle der Möglichkeiten, und diese Offenheit zeichnet unsere Unternehmen ganz besonders aus. Sie fördert ein gesundes Wachstum unserer Qualitäten und stärkt die Menschen, die für uns und mit uns arbeiten – als Motor unserer schöpferischen Leistungsfähigkeit. Ich fördere diese lebendige Vielfalt, weil sie auch meiner persönlichen Einstellung entspricht: Die Zukunft ist anregend bunt. Das ist auch international unsere größte Chance.

„Aus schwierigen Zeiten gestärkt hervorzugehen ist die Bestätigung des eingeschlagenen Weges und befeuert die Umsetzung der beschlossenen Maßnahmen ebenso wie die Zustimmung zu den nächsten Schritten.

Wir haben in den vergangenen Jahren die Themen Nachhaltigkeit, Wachstum und Vielfalt in unserer Arbeit besonders betont und dies auch in einem Dreierzyklus unserer Geschäftsberichte reflektiert. Aber nur auf Basis der Vielfalt der Talente, Fähigkeiten und Ideen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter konnten sich die beiden anderen entfalten.

Im vergangenen Jahr konnten wir zum Beispiel bei Doka aufgrund internationaler Expansion ein zweistelliges Wachstum erzielen und sind damit stärker gewachsen als der Markt. All diese Erträge haben wir aber ganz bewusst reinvestiert und zusätzlich auch ein langfristiges Schuldscheindarlehen erfolgreich platziert. Beides gibt uns die Freiheit, auch in Zukunft die Vielfalt unserer Stärken mit den vielen Möglichkeiten in der Welt zu jenem Stoff zu verweben, aus dem die Zukunft ist: zu immer neuen Chancen.“

Dr. Andreas J. Ludwig
CEO der Umdasch Group

Wer die vielfältigen Chancen der Wirtschaft wahrnehmen und Entscheidungssicherheit erlangen will, muss auch selbst etwas für seine Agilität tun. Wir sind in beiden Divisionen angetreten, Erneuerung und Wachstum miteinander zu verbinden, und wir haben beides erreicht. Aus Gründen der Nachhaltigkeit haben wir mehr denn je investiert und mit den Früchten unseres Wachstums unsere Infrastruktur weiter gestärkt. Dieses Investment ist der Grund für den flachen Verlauf der Ergebnisentwicklung.

Wir rechnen also mit uns selbst und mit den künftigen Erfolgen, die aus dem Fördern von Vielfalt und weltweiter Expansion entstehen werden.

Lebendige Vielfalt in einem Unternehmen zu wollen ist das eine. Sie konsequent zu leben das andere. Mit ihren Konsequenzen produktiv umzugehen, aber noch einmal ein Drittes. Sich bewusst und sehenden Auges in die Turbulenzen internationaler Märkte zu begeben bedeutet ja auch immer „ein Stück Chaos von draußen“ ins Unternehmen zu holen, damit die eigene Ordnung zu „stören“ und Anpassung zu initiieren. Ohne „Störung“ gibt es keine Entwicklung, und echte Erfahrungen sind nun einmal Störfälle auf dem Bildschirm der eigenen Erwartungen. Führungskräfte müssen deshalb mehr denn je für jene produktive Unruhe sorgen, die der Treiber jeder Erneuerung ist. Wenn man nun bedenkt, unter welchem immensen Anpassungsdruck die Baubranche und der Ladenbau weltweit stehen, bekommt diese Konsequenz eine zusätzliche Dimension: die des richtigen Zeitpunktes. Wir haben in den Unternehmen der Umdasch AG sehr frühzeitig und rasch für Klarheit gesorgt: mit Strategieentwicklungen „bottom up“, mit Produkt- und Leistungsinnovationen und mit intensiver Kommunikationsarbeit nach innen und außen.

In der **Doka Group** suchen wir die Nähe zum Kunden, wir hören ihm noch besser zu und können ihm dann seine Lösungen jenseits aller technischen Routinen anbieten. Interessanterweise haben sich aber auch Qualitäten und Kompetenzen entwickelt, die man in dieser Form und Tragweite niemals hätte planen oder gar vorhersehen können. Die Ausbildung unserer Highrise-Kompetenz ist ein gutes Beispiel dafür. Sie hat ihre Anfänge im Einsatz der Doka Group am Bau des derzeit höchsten Gebäudes der Welt, dem Burj Khalifa in Dubai. Damit haben wir nicht nur eine attraktive Referenz errichtet, sondern auch die Technik der Kletterschalung zu weiterer Perfektion geführt. Der

Vorsprung an Know-how, Sicherheit und Wirtschaftlichkeit, der damit entstanden ist, macht uns zu einem attraktiven Player in diesem Geschäft und zu einem innovativen Partner dazu. Eine Anziehungskraft, die uns – gerade im Fernen und Mittleren Osten – mit Sicherheit noch „sehr hoch hinaufführen“ wird.

Die **Umdasch Shopfitting Group** hat bewiesen, dass sie Synergien zu finden, herzustellen, zu nützen und zu entwickeln versteht. Und das ist auch wichtig. Denn der Ladenbau durchlebt mit dem Aufkommen der Multi-Channel-Vertriebskonzepte gerade jetzt den wohl tiefgreifendsten Wandel seit dem Bestehen der Branche ... und unsere Ladenbauer sind nicht nur „vorne dabei“, sondern vielfach sogar Taktgeber für die Neukonzeption von Geschäften, Brandlands und ganzen Branchenfeldern. Die kreativen Ansätze weisen längst weit über klassische Einrichtungslösungen hinaus.

Die Nähe zum Kunden ist zunächst einmal keine räumliche oder geografische Frage. Sondern eine mentale. Die Strategie der Doka Group zielt ganz konsequent auf ein profitables Wachstum ab, das wir vor allem durch klare Spezialisierung und Differenzierung erreichen wollen. Projekt- und kundenspezifische Lösungen sollen noch intensiver als bisher zum erlebbaren Markenwert der Doka-Schalungstechnik werden. Dazu müssen wir hinausgehen und erleben, wie der Bedarf „tickt“ und welche Bedürfnisse dahinterstehen. Nur mit der Fähigkeit, den Bedarf zu erfragen und gemeinsam mit den Kunden mögliche Problemstellungen zu erkennen, können wir jene Mehrwertleiter aufbauen, die die angebotenen Produkte und Leistungen erkennbar wertvoller und damit auch preiswerter macht. Die Volatilität der Märkte weltweit ist eine Gegebenheit,

mit der sich alle Unternehmen auseinandersetzen müssen, die aber für die Doka Group niemals schicksalsartige Züge annehmen darf. Deshalb haben wir uns auch 2012 viele Fragen gestellt, Antworten gewichtet und Routinen reflektiert. Denn die Kenntnis der eigenen Stärken, der wichtigsten Verbesserungschancen und der gefragtesten Kompetenzen ist eine wichtige Voraussetzung für eine klare Identität, für Alleinstellung und Glaubwürdigkeit. Nur so kann man zu einer verlässlichen Orientierungshilfe werden, der man auf der ganzen Welt aus Überzeugung vertraut – zu einem Leuchtturm der Branche.

Natürlich führt eine solche Unternehmenskultur dazu, dass aus bewährten und technisch optimierten Standardlösungen individuelle Konzepte werden müssen – mit angepassten Funktionalitäten, speziellen Nutzen und situativ relevanten Vorteilen. Es ist das Ende des Gießkannenprinzips und der Start einer bisher nicht gekannten Vielfalt. Es ist aber auch eine ständige Erneuerung der unternehmerischen Idee, ein beschleunigter Lernprozess und der authentische Impuls aus der Praxis: lebendige Vielfalt, die auch das eigene Unternehmen belebt.

Das einzig Konstante ist die Vielfalt: Visionen werden immer rascher Wirklichkeit. Starke Namen statt großer Flächen. Eine milieu- und markengerechte Inszenierung mit immer kürzeren Erneuerungszyklen. Neue Auftrittformen und Formate. Und über allem die Erkenntnis, dass die Zukunft des Handels noch viel stärker als bisher zwischen virtuellen und realen Welten hin und her schwingen wird. Dazu kommt, dass die oft weltweit zeitgleich ablaufenden Rollouts immense Anforderungen an das Pro-



jektmanagement und an die Logistik stellen. Hier ist höchste Professionalität gefragt. Diese Lebendigkeit im Aufblühen und Vergehen von Szenen, Moden, Farben, Formen und Botschaften befeuert die Experten der Umdasch Shopfitting Group. Sie erfordert aber zugleich ein fokussiertes Vorgehen und eine straffe Organisation, die erste Eindrücke zu umfassenden Moodboards clustert, Branchenübergreifendes verknüpft, Arbeitsschritte zu Projekten macht und letztlich alles auch terminlich auf den Punkt bringt. Das Verschmelzen von Assmann Ladenbau mit Umdasch Shopfitting zu einer Marke ist deshalb nicht nur ein großer strategischer Wert, sondern auch ein hilfreicher Beitrag zur Bewältigung der wachsenden Komplexität von Märkten und Aufgaben.

Die Tatsache, dass führende Brands der Welt der Umdasch Shopfitting Group die Treue halten und Jahr für Jahr neue internationale Kunden gewonnen werden, beweist wohl am besten, dass Kompetenz, Erfahrung und Flexibilität gerade in Zeiten des Wandels zu ganz zentralen „Einrichtungsgegenständen“ geworden sind. Hier haben die Module, die die 360°-Shopfitting-Strategie ausmachen, ihre große Chance. Und die besten Aussichten auf nachhaltige Erfolge in der Zukunft.

Josef Kurzmann

Dr. Andreas J. Ludwig

Helmut Neher

Umdasch
Group
Themen-
Special
vivid
projects



**Frankfurt Airport:
Die Jumbos
können kommen.**

Terminalpositionen für Großraumflugzeuge sind für die Drehkreuze des Luftverkehrs die Andockpunkte der Zukunft. Der neue, 185.400 m² große Terminal A/Z erweitert den Terminal 1 des Flughafens Frankfurt um sieben Flugsteige für die neuen Megastars unter den Airlines. Auf jeder A380-Position können alternativ auch zwei kleinere Flugzeuge direkt über das Gebäude angedient werden. Der technisch schwierige Bau wurde bei laufendem Flugbetrieb, hauptsächlich bei Nacht und in nur 19 Monaten, realisiert. Doka hat hier ihre modernsten und effizientesten Systeme eingesetzt.



Sympathie ist die beste Boden-Crew: „space for people“ im neuen Terminal A/Z.

Raum, der gern angesteuert wird, weil er zum Genießen, Verweilen und Einkaufen einlädt. Nicht nur Vielflieger entwickeln sehr rasch ein Gefühl dafür, ob ihnen ein Flughafen sympathisch ist. Auf einem Flughafen sind die Menschen (auch emotional) unterwegs und mögen es, wenn sie die Einrichtung aufnimmt. Die Umdasch Shopfitting Group hat für diesen ganz besonderen Flugsteig etwas ganz Besonderes entwickelt. Es kann sich auch international sehen lassen: Premium, das sich angenehm abhebt und eine sichere Landung beim Besten verspricht.



Claus Spessart
Fachberater Deutsche
Doka, Frankfurt am Main,
Deutschland

Alexander Pottendorfer
Fachberater Shop Design
in der Umdasch Shopfitting
Group, Amstetten, Österreich

„Etwas wirklich Ganzes:
Im neuen Flugsteig A/Z
des Frankfurter Flughafens
verbindet sich zeitsparende
Mobilität mit dem Erlebnis
einer Shopping-Mall. Die
Schalungstechnik: Doka. Die
Einrichtung der Heinemann
Einkaufswelt: Umdasch
Shopfitting Group. Ein per-
fektes Zusammenspiel. Im
Ergebnis. Und im Erlebnis.“

Umdasch
Group
Themen-
Special
**vivid
projects:
Frankfurt
Airport**

Terminal A/Z – hochmoderne Schalungstechnik der Doka Group für die Errichtung und ein innovatives Einzelhandels- und Gastronomiekonzept der Umdasch Shopfitting Group für den Innenraum in Premiumqualität. Gedacht und gebaut für die neue Generation der Großraumflugzeuge und für bis zu sechs Millionen internationale Fluggäste pro Jahr.

Mit dem neuen Flugsteig im Westen des Terminals 1 hat der Frankfurter Airport in seine Zukunftssicherheit und in seine Position als ein international bedeutendes Drehkreuz investiert. Für den künftigen Erfolg im internationalen Flugverkehr ist das rasche Bereitstellen von Terminalpositionen für Großraumflugzeuge von entscheidender Bedeutung. Das Hochbauprojekt umfasst den Flugsteig A/Z und das Bindeglied zwischen dem Neubau und dem bestehenden Flugsteig A. Es erweitert den Terminal 1 um insgesamt ca. 800 m nach Westen und umfasst eine Gesamtfläche von mehr als 185.400 m². Der Terminal A/Z verfügt über sieben Positionen für Großraumflugzeuge, davon vier für die A380. Auf jeder A380-Position können alternativ auch zwei kleinere Flugzeuge direkt über das Gebäude angedient werden, sodass bis zu elf Flugzeuge gleichzeitig andocken können.

Eine besondere Herausforderung beim Bau von Terminal A/Z war die Realisierung unter laufendem Betrieb in den benachbarten Terminal- und Vorfeldbereichen. Viele Arbeiten konnten nur nachts durchgeführt werden, um die Passagierprozesse nicht zu beeinträchtigen. Hier, unter diesen erschwerten Bedingungen, konnte die Doka Group ihre reiche internationale Erfahrung und ihre volle Schalungskompetenz einbringen; modernste und effizienteste Systeme wurden eingesetzt, denn die Herausforderungen in technischer und logistischer Hinsicht waren enorm. Es wurden hohe Mengen an Schalung der unterschiedlichsten Systeme geplant, vormontiert und geliefert. Die gesamte Dauer des Schalungseinsatzes betrug 19 Monate. Für das Projekt war das bauausführende Unternehmen Züblin verantwortlich.

Flughafen-Architektur ist ein Abbild unseres heutigen Lebens: ein Raum für ein ständiges Kommen und Gehen

Abfliegen, ankommen oder umsteigen: Gerade internationale und interkontinentale Flüge sind auch für Vielflieger immer wieder ein Ereignis, das nicht nur das Zeitgefühl der Menschen bewegt, sondern auch besondere Ansprüche wachruft. Deshalb ist es für die empfundene Qualität eines Flughafens und seine „Sympathiewerte“ ganz besonders wichtig, dass er attraktive Normalität, Orientierung und Verweilqualität bietet, die wieder erdet und entspannt. Er soll trotz aller technischen und multikulturellen Attribute Raum für den Menschen bieten. „Space for people“ zu schaffen ist die zentrale Kompetenz der Umdasch Shopfitting Group. Sie hat maßgeblich das Innenleben des neuen Flugsteigs mitgestaltet. Innovative Einzelhandels- und Gastronomiekonzepte in Form von weitläufigen Marktplätzen, in der die Non-Schengen- und Schengen-Ebene voneinander getrennt sind, sowie großzügige Loungeflächen für die Lufthansa und ihre Partner innerhalb der Star Alliance bieten Passagieren ein Höchstmaß an Verweilqualität. A/Z soll auch für jene Lebensqualität stehen, die auf Reisen gern mitgenommen wird.

Rundum zukunftssicher: innen wie außen

Die Dimensionierung und die Ausrichtung der verschiedenen Terminalfunktionen vereinigen hohe Nutzungsflexibilität, die Großzügigkeit von Flächen und Innenräumen und die leichte Orientierung für die Fluggäste zu einem positiven Gesamteindruck. Bei Bedarf können Airlines eine Produktdifferenzierung nach unterschiedlichen Kundengruppen anbieten. Es wird also auch an Marketing gedacht.



**Wohltuende Resonanz
für Körper, Geist und Seele.**

Das neue G3 Shopping Resort in Gerasdorf bei Wien ist mit seinen drei Gebäudekomplexen ganz auf ein Shopping-Erlebnis mit Wohlfühlfaktor ausgelegt. Das beginnt bei der organisch in das Weinviertel integrierten Architektur und setzt sich im Inneren der weitläufigen Gebäude fort. Hier wurde außen wie innen sehr gute Arbeit geleistet. Der Einsatz von Doka-Wand- und -Deckensystemen stellte die rasche Umsetzung des Gebäudes mit optimaler Betonqualität sicher. Und viele der über 180 Shops, Fachgeschäfte und Brandstores tragen die Handschrift der Umdasch Shopfitting Group.



Großzügigkeit als Botschaft: „space for people“.

Oasen-Feeling statt Dichtestress: Im G3 Shopping Resort in Gerasdorf bei Wien haben sogar Feng-Shui-Experten ihr Know-how eingebracht, um eine rundum positive und G3-typische Gefühlswelt herzustellen. Das Einkaufszentrum mit seinen ca. 180 Shops, einem Fachmarktzentrum und einem Bau- und Gartenmarkt ist baubiologisch optimiert, nachhaltig gebaut und auch ökologisch zukunftsweisend aufgestellt. Das Ziel ist das Erreichen einer optimalen Energiebilanz: in der Gebäudetechnik ebenso wie bei den Menschen, die das größte Zentrum dieser Art in Österreich besuchen werden.



Doris Augustin
Projektmanagerin Umdasch
Shopfitting am Standort
Leibnitz, Steiermark; hat maß-
geblich die Projekte im G3
Shopping Resort betreut

Harald Figel
Doka-Niederlassung
St. Martin; Betreuung der
Baufirma in der Rohbauphase
im Bereich Schalungstechnik

„Verschiedene Gewerke und
unterschiedliche Aufgaben,
aber ein verbindender Spirit
– überzeugende Qualität von
außen wie innen: Schalungs-
technik und Ladenbau in
Bestform. Ein Erfolgskonzept
von Doka und der Umdasch
Shopfitting Group – nicht nur
beim G3-Projekt in Gerasdorf
bei Wien. Die Synergie lebt.“

Umdasch
Group
Themen-
Special
**vivid
projects:
G3 Shopping
Resort**

Ganzheitlich konzipiert, ökologisch optimiert und in einem Zug realisiert – vom Einkaufszentrum zum Shopping-Resort einer neuen Generation:

Mit 70.000 m² vermietbarer Fläche ist das G3 im Norden Wiens die größte auf einer Ebene errichtete Shopping-Oase Österreichs. „G“ steht für Gerasdorf und 3 für die drei Gebäudekomplexe: Einkaufszentrum, Fachmarktzentrum sowie Bau- und Gartenmarkt.

Ein rund 750 m langer und leicht geschwungener Komplex, der sich mit seiner organischen Formensprache und mit der größten Holzdachkonstruktion Europas besonders harmonisch in das umliegende Weinviertel einfügt – so als wäre er schon immer da gewesen. Ein Bauwerk aus Beton mit 180 Shops, 20 Fachgeschäften und einem großen Garten- und Baumarkt, dessen Grundidee, Bestimmung und Charakter schon auf den ersten Blick erkennbar werden. In seinem Inneren sorgen viel Sonnenlicht und energiesparende Systeme bei Beleuchtung, Heizung und Kühlung für höchste Energieeffizienz: eine Shopping-Oase, die ihren Besuchern und Kunden nicht nur ein attraktives Warenangebot bieten kann, sondern auch ein besonderes Wohlgefühl. Deshalb haben auch Feng-Shui-Experten ihr Wissen und ihre Erfahrung für die optimale Ausgestaltung eingebracht. Ein Bauwerk wie aus einem Guss.

Der Einsatz von Doka-Wand- und -Deckensystemen bei der Errichtung hat das rasche Realisieren dieses Großprojekts ebenso sichergestellt wie das Herstellen einer optimalen Betonqualität. Und der großzügige Einsatz des neu entwickelten Doka-Seitenschutzsystems XP auf einer Gesamtlänge von rund 2,5 km hat nicht nur die Arbeitssicherheit der Menschen am Bau erhöht, sondern auch ihre Produktivität gesteigert.

Über die Shoppingmeile ist ein sanft geschwungenes Dach gespannt, das auf insgesamt 710 Säulen ruht und die Besucher zuverlässig vor Wind und Wetter schützt. Insgesamt wurden etwa 200 Millionen Euro in das G3 Shopping Resort investiert, das von 2,2 Millionen Menschen im Großraum Wien binnen 45 Autominuten erreicht werden kann und das auf etwa 18.000 bis 20.000 Besucher täglich ausgelegt ist.

Inspirierende ShopShow statt abgeklärter Bio-Streng: An 16 Einrichtungsprojekten haben die Unternehmen der Umdasch Shopfitting Group mitgewirkt

Waren früher die sogenannten Ankermieter wie Warenhäuser oder Verbrauchermärkte die Garanten für Frequenz und Nachfrage, so wurde auch im G3 Shopping Resort die ganze Bedeutung der neuen Zugpferde deutlich: Es zählten in erster Linie „die großen Namen“. Und sie sind hier gut vertreten mit H&M, Intersport, Merkur, Peek & Cloppenburg, Desigual, Saturn, Müller, C&A und Humanic, um nur einige zu nennen. Vielfältig wie die Brands und ihre Botschaften präsentierten sich aber auch die gewünschten Leistungsmodule im Ladenbau. Die Palette reichte dabei von der Generalplanung oder der bloßen Lieferung von Lagerregalen über die klassischen Ladenbauleistungen wie Planung, Fertigung, Lieferung und Montage der Einrichtung bis hin zur Tätigkeit als Generalunternehmer und Baumanager mit der vollen Verantwortung.

Das G3-Projekt ist der lebendige und eindrucksvolle Beweis für die perfekte Zusammenarbeit der einzelnen Gesellschaften innerhalb der Umdasch Shopfitting Group: Assmann Ladenbau, Umdasch Shopfitting Amstetten und Neidenstein sowie Jonas. Wegen der Vielzahl der zu betreuenden Projekte wurde eine zentrale Projektsteuerung eingerichtet. Nur so war es möglich, die markenspezifische Architektur, den Kulissenbau und die zeitgerechte Beschaffung von Milieurequisiten und Ladenbau-Fertigungssystemen in der richtigen Abfolge miteinander zu verknüpfen. Die drei „G“ des Projekts wurden rasch zu einem Synonym und Motto für die intensive Zusammenarbeit: ganzheitlich, genau, gelungen.

Umdasch
Group
Weltweit



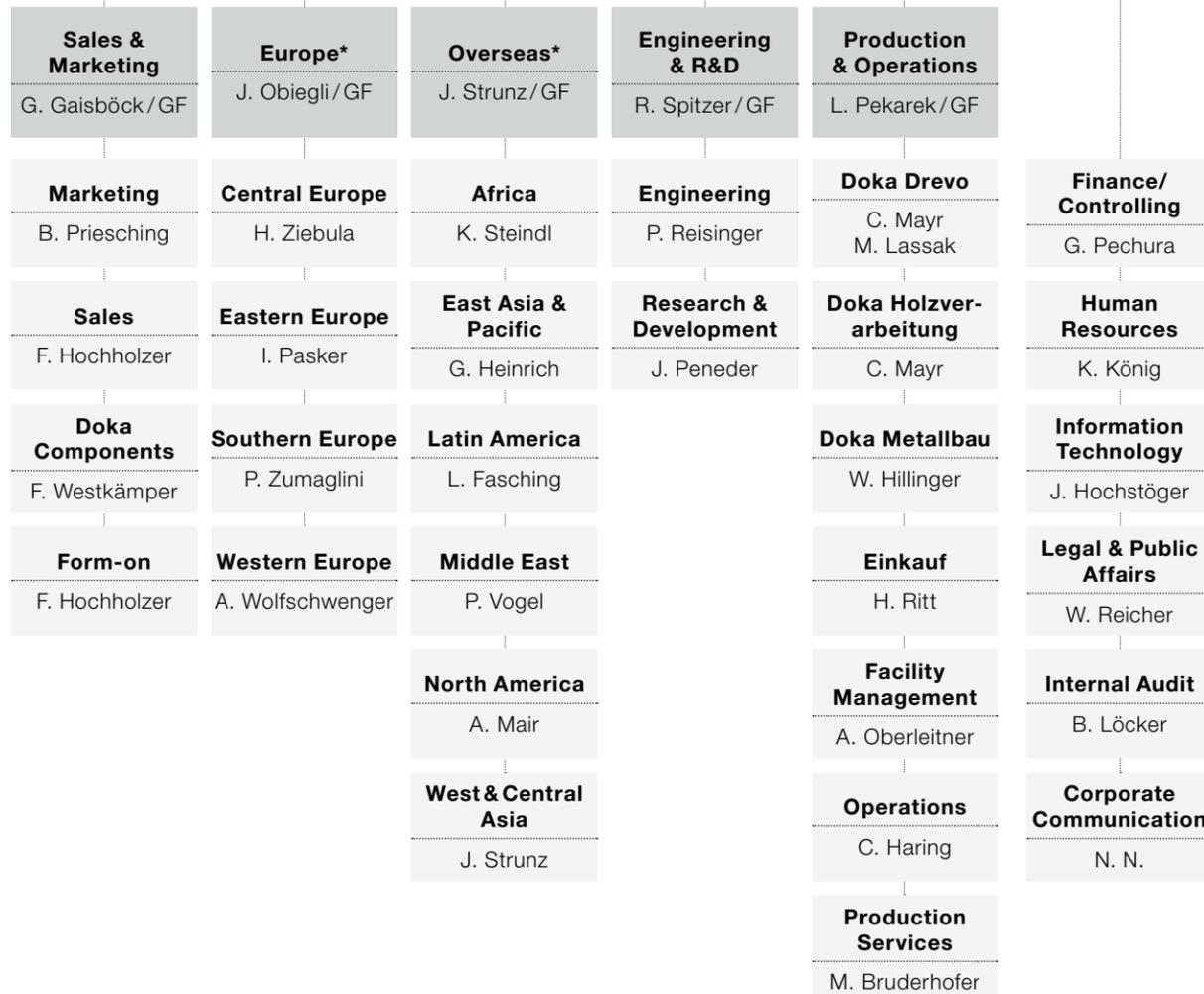
Die Umdasch Group: weltweit vertreten.

Global präsent und auch lokal sowie persönlich gut vernetzt: Die Nähe zu den Kunden und zu den herausfordernden Aufgaben im Volumen- und Ingenieurbau als auch beim Einrichten von Shops ist ein Erfolgsprinzip der Umdasch Group – und ein Weg zu wirklich bedarfsgerechten sowie innovativen Lösungen. Weltweit.

Die Umdasch Group ist in den grau markierten Ländern präsent.

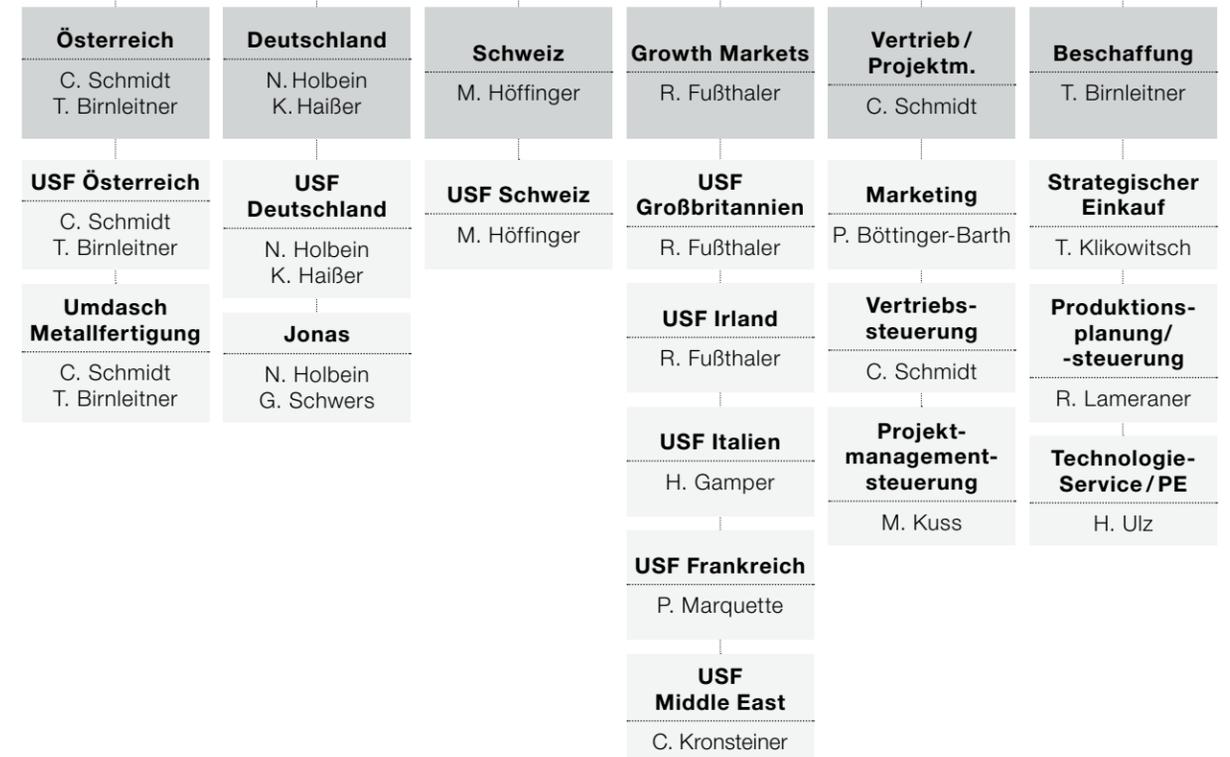
Doka Group

Geschäftsführung: Josef Kurzmann (Vorsitzender) | Gregor Gaisböck | Jürgen Obiegli | Ludwig Pekarek | Rainer Spitzer | Johann Strunz

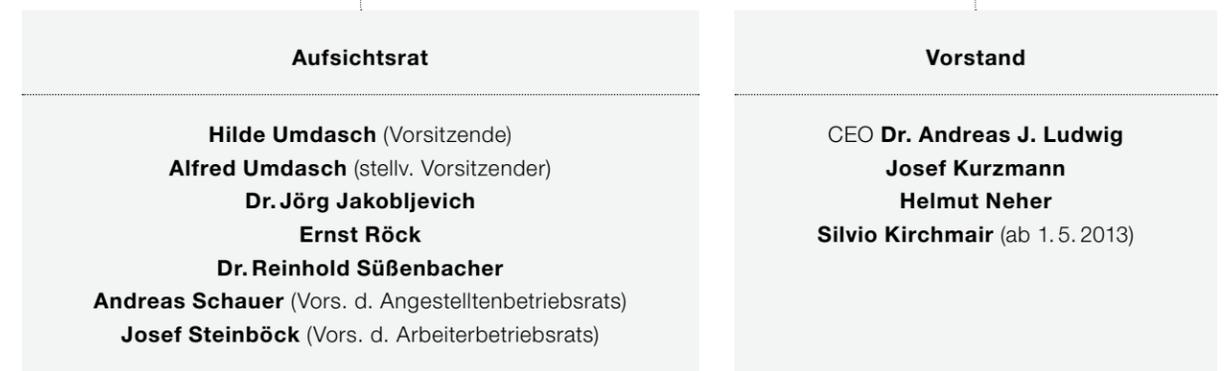


Umdasch Shopfitting Group

Geschäftsführung: Helmut Neher (Vorsitzender) | Thomas Birnleitner | Claus Schmidt



Die Führungsgremien der Umdasch Aktiengesellschaft



Die Umdasch Group steht mit Ausnahme der Landesgesellschaften Doka Italia, Doka Finland und Doka Kalip-Iskele (Türkei) im alleinigen Eigentum von Hilde Umdasch und Alfred Umdasch sowie deren Privatstiftungen. Gesellschaftsadressen sind ab Seite 234 angegeben.

* Vertriebsstruktur siehe nächste Doppelseite.

Doka Group – Vertriebsstruktur



* Agencies

27.78958
-114.20322

Breitengrad.

Längengrad.

El Vizcaíno Biosphere Reserve, Mexiko. Geschützte Vielfalt. Weltkulturerbe.
Erhalten, was von Wert ist, und dem Zusammenhang seine Natur geben wie Flora und Fauna. In diesem Reservat auf halber Strecke zur Baja California tummeln sich nicht nur Wale, sondern auch die Wüste „lebt“. So kommt eines zum anderen, gewinnt an Bedeutung und wird ein größeres Ganzes. **Unternehmen Kreativität.**



Mehr entdecken.

doka
group



Josef Kurzmann, Vorstandsmitglied der Umdasch AG und Vorsitzender der Geschäftsführung der Doka Group.

Wegweisend zu sein ist in Zeiten rascher Veränderungen ein attraktives Alleinstellungsmerkmal und eine große Verpflichtung zugleich. Denn einerseits müssen wir an Wirtschaftlichkeit, Nachhaltigkeit und Sicherheit unbeirrt festhalten, andererseits aber auch jeden Tag Anpassungsfähigkeit und Flexibilität beweisen. So werden aus Zielen konkrete Leistungsbeweise, und aus den Produkten und Erfahrungen entsteht zugleich eine lebendige Vielfalt an Systemen und Lösungen. Das macht den Doka-Spirit aus. Weltweit.

Doka Group Vorwort

Jedem Kunden seine individuelle Lösung bieten zu können macht aus der Vielfalt der Anforderungen die Stärke der Einzigartigkeit: Mit dieser dynamischen Spezialisierung kommen wir der angestrebten Alleinstellung täglich näher. Und aus dieser permanenten Anpassung schöpft das Unternehmen die Kraft für ein rasches Lernen, für Innovation und damit für ein profitables Wachstum.

Von volatilen Märkten zu stabilen und vertrauensvollen Beziehungen sowie fokussierter Kompetenz. Die Lerngeschwindigkeit und Kommunikationsfähigkeit von Unternehmen sowie Organisationen ist längst zu einem zentralen Erfolgsfaktor geworden; die rasche Anpassung an fachliche, kulturelle und personelle Bedingungen zählt heute mehr denn je. Am Beispiel unserer großen Erfolge im Highrise-Geschäft lässt sich zeigen, wie gut sich fokussierter Kompetenzaufbau bewährt: Der Doka-Einsatz beim Bau des Burj Khalifa in Dubai war so erfolgreich, dass wir bei einer Reihe weiterer großer Super-Highrise-Projekte wie beispielsweise jetzt beim Bau des Lotte World Tower in Seoul tätig werden konnten: Mit unseren bewährten und höchst anpassungsfähigen Selbstklettersystemen sind wir technisch hervorragend aufgestellt. Wir haben reiche Erfahrung gesammelt und sie konsequent in neue Lösungen umgesetzt. Und mit unserem Doka-Spirit begeistern und beflügeln wir Architekten und Auftraggeber gleichermaßen. Damit haben wir uns den Ruf erworben, die Dinge möglich zu machen, statt in Hindernissen zu denken. Je höher die Anforderungen und die Gebäude werden, desto mehr ist Doka der richtige Partner.

Der Ferne Osten ist nähergerückt: Wir sind ihm entgegengekommen. Mit der Eröffnung unseres Highrise-Centers in Singapur sind wir in diesem Teil der Welt nicht nur eine erste Adresse für die Schalungstechnik extrem hoher Gebäude geworden, sondern wir haben damit auch ein sehr klares Statement platziert: „Wer groß denkt, ist bei Doka richtig.“ Weltbürger wird man nicht durch Sightseeing, sondern indem man den Alltag der Menschen in fremden Ländern teilt und von ihnen lernt. Wir können stolz darauf sein, dass wir in der Welt geachtet und gefragt sind. Das hat sicher mit unseren technischen Kompetenzen zu tun, mit der Qualität und Verlässlichkeit unserer Arbeit und mit den Referenzen, die

sich weltweit sehen lassen können. Diese Erfolge sind ganz stark von der Haltung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geprägt, die sich integrativ verhalten, die vormachen, statt zu belehren, und die ihren Respekt vor fremden Kulturen, anderen Denkweisen und ungewohnten Arbeitsformen „by doing“ zum Ausdruck bringen. Über sie kommen viele Impulse in unser Unternehmen, die uns von vorgefassten Meinungen abrücken lassen und neue Lösungswege bahnen. Dieser unerschöpfliche Reichtum menschlicher Werte und Qualitäten bereichert Doka jeden Tag aufs Neue und hält sie flexibel und lebendig.

Innovation „on site“: Entwicklungsarbeit unter freiem Himmel. Der wiederholte Umgang mit ungewöhnlichen Situationen und plötzlich auftretenden Notwendigkeiten macht kreativ und fördert das proaktive Denken. Ein Beispiel ist die Entwicklung eines neuen Schutzschildes für die Arbeit am 555 m hohen Lotte World Tower in Seoul. Seine ständig wechselnde Gebäudegeometrie ist eine echte Herausforderung für die Schalungstechnik. Und weil es selbst im reichhaltigen Doka-Arsenal dafür „keine Lösung von der Stange“ gab, hat das Projektteam einen völlig neuen Schutzschild entwickelt, der sich fast ohne Umbauten an die sich verjüngende Gebäudeform anpasst. Um die Kunden von der Machbarkeit des revolutionären Systems zu überzeugen, wurden sie kurzerhand in die österreichische Zentrale eingeladen, wo Segmente des 20 m hohen Schutzschildes in Originalgröße und voll funktionsfähig aufgebaut waren. Das ist Doka-Spirit live – das Ergebnis einer dynamischen Spezialisierung. Und in der Tat wegweisend.

Josef Kurzmann

Vorstandsmitglied der Umdasch AG, Vorsitzender der Geschäftsführung der Doka Group





Andreas Bemmer
Leiter der Doka-Vertriebs-
region Oberösterreich,
Salzburg, Österreich

Simon Speigner
Architekt, sps-architekten,
Thalgau in Salzburg,
Österreich

„Für das wirtschaftliche und
termintreue Realisieren
kreativer Projekte bedarf es
einer intensiven Zusammen-
arbeit zwischen den betei-
ligten Partnern fern jeder
Routine. Dialog ist gefragt.
Denn nur in diesem interak-
tiven Erfahrungsaustausch
können Ideen zu tragfähigen
Konzepten werden. Und
Möglichkeiten bekommen
Raum für ihre Entfaltung.“



Barbara Priesching
Bereichsleiterin Marketing
Doka Group, Amstetten,
Österreich

Albert Ortig
Geschäftsführer Netural
GmbH Digital Media in
Excellence, Linz, Österreich

„Professionelle Marketing-Kommunikation läuft heute auf vielen Ebenen und Kanälen. Die mediengerechte Aufbereitung der Inhalte ist dabei ebenso wichtig wie das Ausschöpfen der technischen Möglichkeiten in Print und Social Media. Auf Messen und Roadshows aber ist und bleibt die Begegnung zwischen den Menschen die größte Attraktion.“



Claudia Kriener
Einkauf Doka Group,
Amstetten, Österreich

Walter Schreil
Verkauf Forster Holding
GmbH, Waidhofen an der
Ybbs, Österreich

„In einem vertrauensvollen und strategisch ausgerichteten Verhältnis zwischen dem Kunden und seinen wichtigsten Lieferanten geht es längst nicht mehr nur um Mengen, Termine und Konditionen. Was zählt, sind Ideen für eine Koevolution: Die damit verbundene Steigerung der Effizienz bringt beiden Partnern Vorteile und intensiviert die Zusammenarbeit.“



Daniela Saida
Research & Development
Doka Group, Amstetten,
Österreich

Ulrich Müller
Privatdozent, Institut für
Holzforschung an der
Universität für Bodenkultur,
Wien, Österreich

„Wissenschaftliche Erkenntnisse zu anwendbarem Wissen machen, daraus konkretes Know-how destillieren und damit erfolgreiche Innovationen kreieren: Die Zusammenarbeit mit externen Spezialisten und universitären Einrichtungen bringt schöpferische Impulse, sichert den Vorsprung am Markt und fördert die Alleinstellung.“



Beate Kowalski
Leiterin Strategische
Projektentwicklung Deutsche
Doka, Frankfurt am Main,
Deutschland

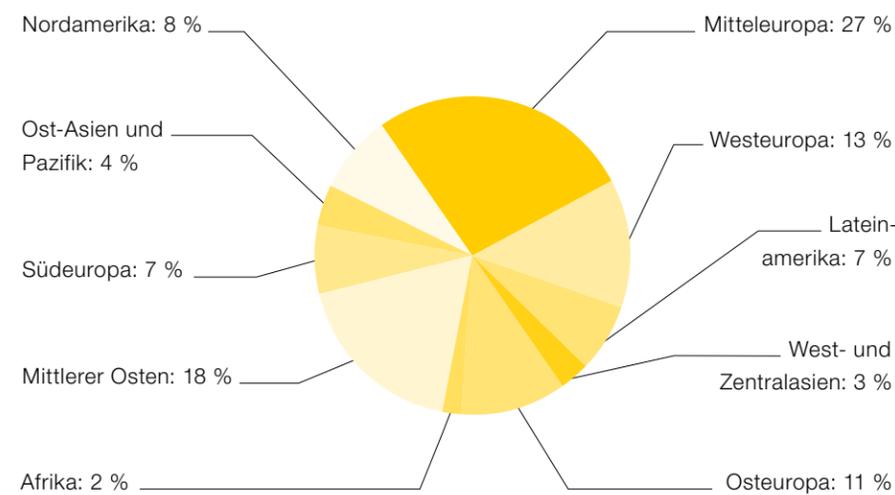
Thomas Schnetzer
Oberpolier, Ed. Züblin AG,
Deutschland

„Wer Projekte nachhaltig erfolgreich entwickeln und realisieren will, muss die operativen Erfahrungen ganz besonders ernst nehmen. Jeder Auftrag bringt neue Lern- und Verbesserungschancen, die aufzugreifen sich lohnt. Deshalb ist die ständige Verbindung zwischen Weitblick und dem ‚Moment der Wahrheit‘ in der Praxis so ganz besonders wichtig.“

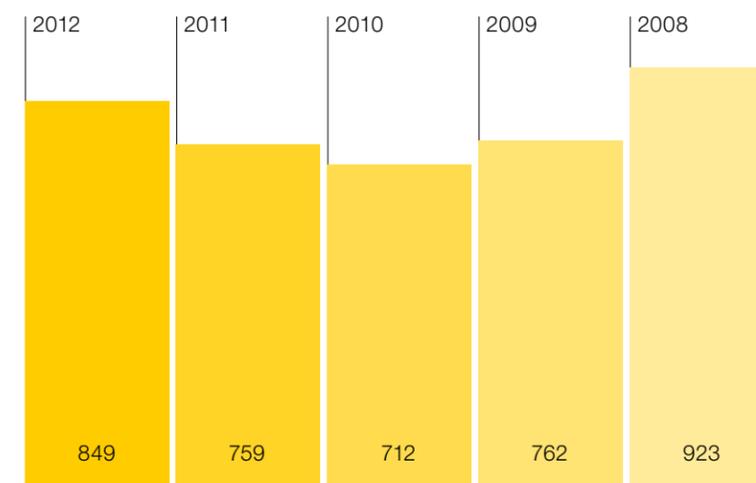
Doka
Group
Lagebericht
2012

Doka. Die Schalungstechniker. Mit einer neuen Strategie ist die Doka Group in das Geschäftsjahr 2012 gestartet. Bereits im ersten Jahr hat das Unternehmen einen großen und erfolgreichen Schritt in der Umsetzung dieser Strategie gemacht und damit wichtige Weichen für die Zukunft gestellt. Mit mehr als 160 Vertriebs- und Logistikstandorten in über 70 Ländern verfügt die Doka Group über ein leistungsstarkes Vertriebsnetz. Im Geschäftsjahr 2012 setzte die Doka Group ihren Wachstumstrend fort und erwirtschaftete einen Umsatz von 849 Millionen Euro. Die Doka Group zählt damit zu den weltweit führenden Unternehmen der Schalungsbranche.

Aufteilung des konsolidierten Umsatzes der Doka Group nach Regionen



Konsolidierter Umsatz der Doka Group in Millionen Euro



Geschäftsverlauf 2012

Doka Group
Weiter auf Wachstumskurs

Die neue Strategie bildet die Grundlage für eine nachhaltige und erfolgreiche Geschäftsentwicklung der Doka Group.

Die Doka Group erzielte im Geschäftsjahr 2012 ein deutliches Umsatzplus von etwa zwölf Prozent. Mit einem Gruppenumsatz von 849 Millionen Euro hat die Doka Group zwar noch nicht den Rekordumsatz von 2008 erreicht, aber einen wichtigen Schritt in diese Richtung gemacht. Mit dem Start der Umsetzung der neuen Strategie im Geschäftsjahr 2012 wurde die Grundlage für eine nachhaltige und erfolgreiche Geschäftsentwicklung geschaffen.

Das Geschäftsjahr 2012 war von einer hohen Dynamik und volatilen Märkten geprägt. Während die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Europa, insbesondere in Südeuropa, erneut schwierig waren, entwickelte sich die Baukonjunktur in den Regionen in Übersee durchwegs sehr positiv. Die konsequente Fokussierung auf Wachstumschancen in allen Ländern führte zu einem Umsatzanstieg, der deutlich über dem allgemeinen Marktwachstum lag. Den größten Zuwachs verzeichneten die lateinamerikanischen Märkte sowie Nordamerika. In Kombination mit einer sehr guten Geschäftsentwicklung in den Kernmärkten in Österreich, Deutschland und der Schweiz sowie der Region Westeuropa erwirtschaftete die Doka Group einen Umsatz von 849 Millionen Euro. Das entspricht einem Plus von etwa zwölf Prozent gegenüber 2011. Neue Vertriebs- und Logistikstandorte in neuen Ländern, die Erweiterung von Niederlassungen in bestehenden Märkten sowie die Regionalisierung des Produkt- und Dienstleistungsangebots waren 2012 wichtige Meilensteine. Diese Investitionen in die Zukunft sind die Basis für den weiteren Ausbau des Geschäfts. Der folgende Lagebericht 2012 zeigt die wesentlichen Entwicklungen der Doka Group in den Geschäftsbereichen Europe, Overseas, Sales & Marketing, Engineering & Research & Development sowie Production & Operations.



In der Innenstadt von Frankfurt entsteht ein 170 m hoher Wolkenkratzer – der TaunusTurm. Der Bau des Gebäudes im Herzen des Bankenviertels ist mit der neuen Rahmeneinhausung Xbright rundum sicher.

Vor dem Hintergrund einer vorwiegend vom Wohnungsbau getragenen, robusten Baukonjunktur in Deutschland und bei geringen konjunkturellen Impulsen aus den umsatzrelevanten Sektoren Wirtschaftsbau und öffentlicher Tiefbau erzielte die **Deutsche Doka** im Geschäftsjahr 2012 ein sehr zufriedenstellendes Ergebnis. Der Umsatz konnte gegenüber dem Vorjahr deutlich gesteigert werden. In Summe hat die Deutsche Doka sowohl die Budgets erfüllt als auch bei den qualitativen Zielen wichtige Etappen erreicht.

Im Einzelnen konnten die Dienstleistungsumsätze zum Vorjahr weiter gesteigert werden: Nach ihrer gelungenen Einführung im Vorjahr ist der Umsatz aus der Dienstleistung „Schalungsvormontage“ stark gewachsen. Insgesamt wirken sich die großen Anstrengungen um interne und externe Prozessverbesserungen

in einem merklichen Anstieg der Kundenzufriedenheit aus.

Besonders erfolgreich gestaltete sich die Einführung des neuen Element-Deckenschalungssystems Dokadek 30. Insbesondere sein schneller Auf- und Abbau vom sicheren Boden aus stößt auf große Marktakzeptanz und lässt auch für die Zukunft eine positive Absatzentwicklung erwarten. Insgesamt ist der Umsatzanteil aufgrund neuer Produkte und des Komponentenverkaufs im Vergleich zum Vorjahr gewachsen.

Mit einem neuen Konzept für die Logistikstandorte und den Fertigerservice hat die Deutsche Doka ein wichtiges Zukunftsprojekt gestartet, das erhebliche Verbesserungen in der Belieferung der Kunden mit optimiertem Bestandsmanagement verbindet. Insbesondere wird eine Verringerung von Lieferfahrten zu

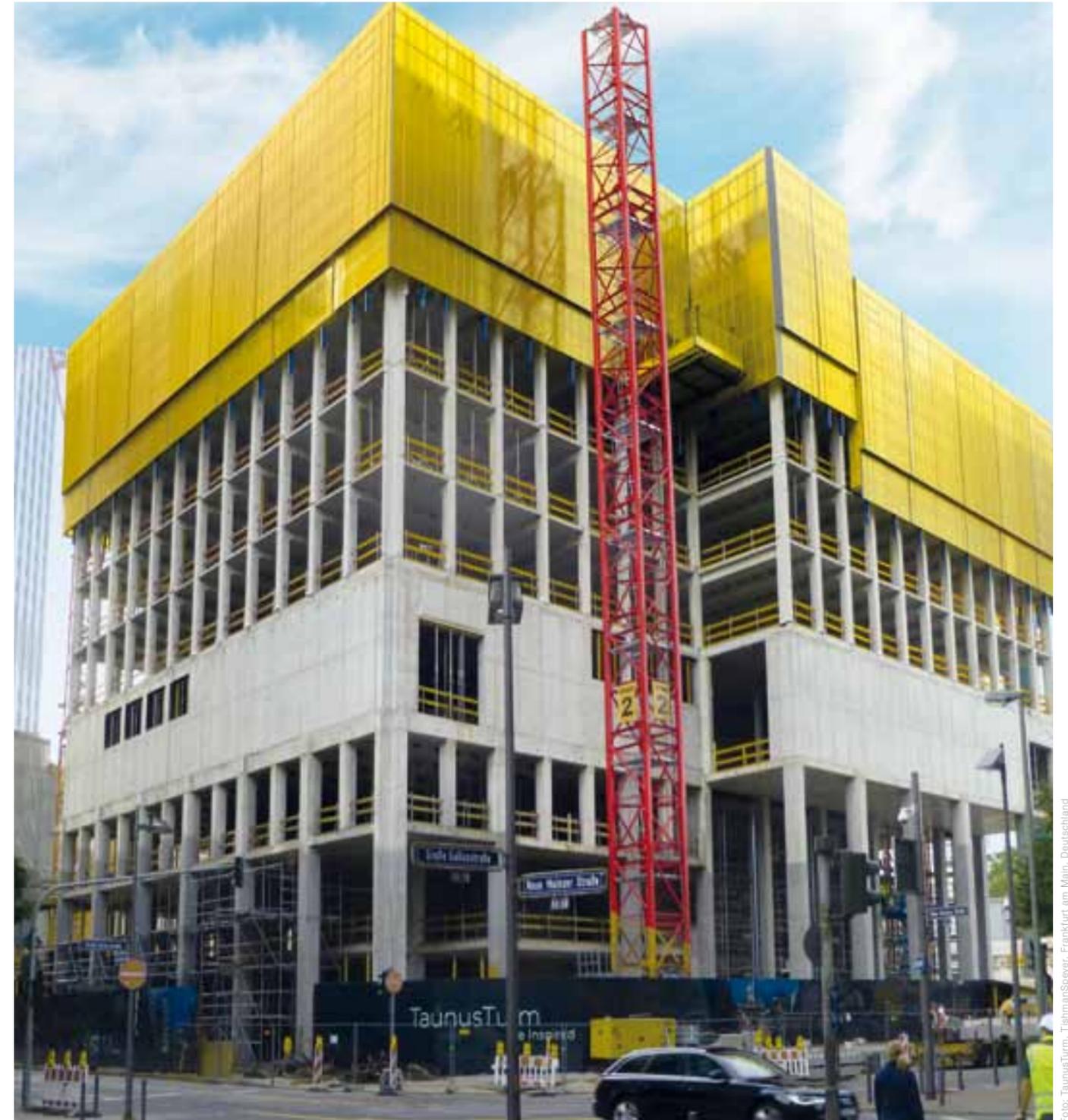


Foto: TaunusTurm, TishmanSpeyer, Frankfurt am Main, Deutschland

Baustellen und zwischen den Doka-Standorten die Frachtkosten insgesamt senken. Gleichzeitig wird das Konzept eine höhere Produktverfügbarkeit bei reduzierten Materialbeständen mit sich bringen.

Bemerkenswerte Großprojekte sind unter anderem der TaunusTurm und die Europäische Zentralbank in Frankfurt/Main, der Neubau der Messehalle CityCube in Berlin, der Tunnel der Forschungseinrichtung XFEL in Hamburg sowie die Talbrücken Saale-Elster und Nuttlar.

Die österreichische Bauindustrie ist 2012 schwach, jedoch stabil gewachsen. Sie entwickelte sich sogar besser als die österreichische Gesamtwirtschaft. Durch das Auslaufen von Konjunkturpaketen und Einsparungen der öffentlichen Hand sind allerdings die Auftragszahlen im Tiefbau weiter gesunken. Der vor

allem von privaten Investoren getragene Hochbau kompensierte den rückläufigen Tiefbau weitgehend. Die aktuelle Wirtschaftslage schafft somit weiterhin herausfordernde Rahmenbedingungen. **Doka Österreich** konnte sich im Jahr 2012 erfolgreich am Markt behaupten und den Umsatz über Plan steigern. Mit dem Ausbau des leistungsstarken Vertriebsnetzes und professionellen Key-Account-Managements investierte Doka Österreich weiter in die Nähe zum Kunden. Auch die Einführung der Online-Kundenplattform myDoka leistete einen Beitrag zur Intensivierung der Kundenbeziehungen.

Abgestimmt auf die Bedürfnisse der Kunden erarbeitet Doka Österreich für jedes Projekt maßgeschneiderte Angebotspakete: Die Kombination aus leistungsfähigen Produkten mit ergänzenden Dienstleistungen wie beispielsweise der



Schalungsvormontage bietet den Kunden einen echten Mehrwert. Die konsequente Umsetzung der Mehrwertstrategie mit dem Doka Added Value Offer unterstützt die Positionierung von Doka als Qualitätsanbieter maßgeschneiderter Lösungen. Bei der Umsetzung zahlreicher herausfordernder Projekte – wie dem Tunnel Kühnsdorf an der Koralmbahn oder dem Kraftwerk Lehen in Salzburg – demonstrierte Doka Österreich ihre Kompetenz und Leistungsfähigkeit.

2012 hat Doka Österreich im Rahmen des Kommunikationsschwerpunkts „Sicherheit“ die Kunden über die Wichtigkeit des Themas Sicherheit informiert und Konzepte für die effiziente sowie sichere Umsetzung von Bauvorhaben präsentiert. 2013 erwartet Doka am Heimmarkt eine schwache, aber weiterhin positive Konjunktorentwicklung. Neue, leistungs-

starke Doka-Innovationen zur Realisierung schnellerer und sicherer Bauabläufe werden 2013 am Markt eingeführt. Die österreichischen Kunden werden von Produkten wie der Element-Deckenschalung Dokadek 30, dem Modulgerüst und der Dienstleistung Betonmonitoring profitieren. Mit dem Ziel, die Kunden optimal über die Nutzensvorteile zu informieren, wird Doka Österreich neue, auf die Kundensegmente zugeschnittene Vertriebswege erschließen und differenzierte, abgestimmte Leistungen anbieten. Mit dem Schwerpunkt auf Transport- und Logistikprozesse wird die schnelle und flexible Bereitstellung für die Kunden bei gleichzeitiger Kostenoptimierung sichergestellt.

Für die Holzco-Doka stand das Jahr 2012 im Zeichen der vollständigen Integration in die Doka Group, die mit der Umfirmierung in Doka Schweiz AG zum

Beengte Platzverhältnisse und höchste Ansprüche an die Betonoberfläche stellen beim Bau des Salzach-Kraftwerks Sohlstufe Lehen die größten Herausforderungen für die Schalungstechniker von Doka dar.

Geschäftsbereich Europe

Mitteleuropa
Schweiz

Westeuropa
Belgien
Dänemark
Finnland

1. Jänner 2013 noch zusätzlich unterstrichen wurde. Im Projekt „Together“ wurde auf Basis eines professionellen Projektmanagements eine große Zahl von Teilprojekten definiert, die einen reibungslosen Wechsel sicherstellen.

Die Bauinvestitionen in der Schweiz lagen in allen Bereichen – vom Infrastrukturbau bis hin zum Wohnungsbau – auf nach wie vor sehr hohem Niveau. Dank dieser regen Bautätigkeit konnte die **Doka Schweiz AG** die hohen Erwartungen bezüglich Umsatz, Deckungsbeitrag und Betriebsergebnis erfüllen. Unter den vielen interessanten und herausfordernden Projekten ist die Erweiterung der Messe Basel besonders hervorzuheben. Ein weiteres Highlight im Bereich Wohnungsbau stellt die Überbauung der Seepromenade in Horgen dar. Insgesamt wurden hier ca. 5.800 m² Wandschalungen

sowie ca. 40.000 m² Deckenschalung geliefert.

Die Planungen versprechen auch für das Jahr 2013 einen positiven Ausblick für die Doka Schweiz AG: Das Team arbeitet an der Einführung neuer Werkzeuge und optimierter Prozesse, um die Kunden noch besser bedienen zu können. Ferner freut sich die Organisation auf die Implementierung neuer Produkte und Dienstleistungen.

Westeuropa

Trotz stagnierender Bauwirtschaft und teilweise herausfordernder wirtschaftlicher Rahmenbedingungen in einigen Ländern der Region konnten die Planziele für 2012 in Umsatz und Ebit weit übertroffen werden. Die positive Geschäftsentwicklung und der Erfolgskurs der Region konnten fortgesetzt werden.



Das Messegelände in Basel wird modernisiert. Doka Schweiz liefert unter anderem die Schalungstechnik für einen Neubau mit drei Ausstellungsgeschoßen und einer Eventhalle.

Die Region wird auch 2013 an diese Erfolge anschließen können.

Erfreuliche Nachrichten kommen auch aus Belgien. Die Bauwirtschaft ist weiterhin stabil, und **Doka N.V.** konnte 2012 den höchsten Umsatz im 25-jährigen Bestehen verzeichnen. Viele erfolgreiche Hochbauprojekte wie der „Tour des Finances de Liège“ und das „Hotel de Police“ in Charleroi tragen zum positiven Betriebsergebnis bei, das 2012 leicht über Plan lag. Darüber hinaus ist es Doka N.V. gelungen, den Auftrag für die größte Schleusenanlage Europas zu gewinnen: Beim Schleusenprojekt „Wasslandhaven“ im Hafen von Antwerpen wird die Organisation wieder ihre Kompetenz unter Beweis stellen. Um dem steigenden Bedarf und den Kundenanforderungen weiterhin entsprechen zu können, wurde der Standort Ternat durch Zukauf eines Grundstücks erweitert.

Verglichen mit den anderen Ländern Skandinaviens ist Dänemark jenes mit dem niedrigsten Bauvolumen und den schwierigsten Marktbedingungen. 2012 war die Bauwirtschaft abermals durch Stagnation gekennzeichnet. Die Preissituation war weiterhin angespannt – die Preise konnten auf sehr niedrigem Niveau stabilisiert werden. Trotz dieser nicht einfachen Situation ist es **Doka Danmark** gelungen, den Umsatz gegenüber 2011 deutlich zu steigern, die Ergebnisse 2012 liegen auf Plankurs. 2012 standen abermals Brückenprojekte im Fokus. Bei einigen Projekten wurde Staxo 100 erfolgreich und zur vollen Zufriedenheit der Kunden eingesetzt.

Die wirtschaftliche Entwicklung in Finnland hat sich 2012 weiter erholt, und der Bausektor befindet sich weiterhin im Aufschwung. **Doka Finland** konnte dieses

Geschäftsbereich Europe

Westeuropa
Finnland
Frankreich
Großbritannien
Irland
Niederlande

Umfeld nutzen und erzielte den höchsten Umsatz seit Bestehen der Landesorganisation. Ein bedeutendes Projekt, das erfolgreich abgeschlossen werden konnte, ist die Müllverbrennungsanlage „Vartaan energia“ nördlich von Helsinki. Im Ergebnis lag Doka Finland abermals deutlich über Plan.

Doka France ist es dank des stabilen Umfelds und einer guten Auftragslage gelungen, eine deutliche Umsatzsteigerung über Plan zu erwirtschaften. Obwohl der Preisdruck im Komponentengeschäft hoch ist, konnte auch dieser Bereich weiter ausgebaut werden. Das Ergebnis lag jedoch hinter den Erwartungen. Nach der Neueinführung der Produkte Dokadek 30 und Staxo 40 im Jahr 2011 konnten diese 2012 wieder erfolgreich am französischen Markt positioniert werden. Ihren Status als Hochbauspezialist stellte Doka France auch 2012 eindrucksvoll unter Beweis:

Das Projekt „Tour Odéon“ ist das erste Highrise-Projekt, das in Monaco seit 30 Jahren errichtet wird. Dabei kam der Schutzschild Xclimb 60 mit der Rahmen-einhausung Xbright zum Einsatz. Die extrem engen Platzverhältnisse und die besonderen Sichtbetonanforderungen stellten weitere Herausforderungen dar. Ein besonderer Erfolg war der gemeinsame Verkauf von Deckenschalung und Schutzschild sowie die Entwicklung eines Dokadek-30-Sonderpaneels, das trotz der besonderen geometrischen Anforderungen den erfolgreichen Bauverlauf gewährleistete.

Die Situation am britischen Bausektor ist 2012 nach wie vor schwierig, der rückläufige Trend setzte sich weiter fort. **Doka UK** konnte die gute Marktstellung weiter behaupten. Strukturelle Anpassungen waren unumgänglich. Trotz der angespannten Marktverhältnisse

konnte sich Doka UK bei der Errichtung des komplexen Hochbauprojekts „Tate Modern“ als leistungsstarker Schalungsanbieter positionieren. Um den erfolgreichen Bauverlauf unter extremem Zeitdruck sicherzustellen, kamen unterschiedliche Selbstklettersysteme zum Einsatz. „3 Merchant Square“ ist ein weiteres Hochbauprojekt, das von Doka UK geschalt wird. Auch im Infrastruktursektor konnte die Organisation Erfolge verzeichnen. Mit Schalungslieferungen für das Megaprojekt „Cross Rail“ in London schaffte Doka UK den Einstieg in den britischen Infrastruktursektor.

Nach den schweren Konjunkturerbrüchen in den vergangenen Jahren befindet sich die Bauwirtschaft in Irland weiterhin auf Talfahrt. Ein extrem angespanntes Marktumfeld mit zahlreichen Insolvenzen prägte 2012 das

Bild der irischen Wirtschaft. Seitens **Doka Ireland** wurden strukturelle Adaptionen vorgenommen. Vor diesem schwierigen Hintergrund konnte die Organisation ihren Marktanteil erfolgreich behaupten und ist dank ihrer Kompetenz für einen möglichen Aufschwung bestens vorbereitet.

Der Bausektor in den Niederlanden steht nach wie vor unter Druck, eine Insolvenz-welle erschütterte 2012 die Bauwirtschaft. Neustrukturierungen im ersten Halbjahr 2012, die Fokussierung auf das Breitengeschäft und das engagierte Team haben dazu beigetragen, die Ergebnissituation von **Doka Nederland** gegenüber 2012 deutlich zu verbessern. Erfolgreiche Infrastrukturprojekte wie „N-239 – Weg van de Toekomst“, das in der Nähe der Niederlassung in Oss errichtet wird, trugen zur positiven Entwicklung der Organisation bei. Trotz

Geschäftsbereich Europe

Westeuropa
Niederlande
Norwegen
Schweden

Osteuropa
Bulgarien
Estland, Lettland, Litauen



der schwierigen Rahmenbedingungen ist Doka Nederland zuversichtlich, auch 2013 wichtige Infrastrukturprojekte mit leistungsstarken Schalungslösungen zuverlässig unterstützen zu können.

Auch 2012 ist es **Doka Norge** gelungen, den Umsatz deutlich zu steigern und sich als ein führender Schalungsanbieter am Markt zu positionieren. Dank der neuen Niederlassung in Oslo konnten weitere Marktanteile im Süden Norwegens gewonnen und die Marktstellung der Organisation erfolgreich ausgebaut werden. Doka Norge konnte sich auch im vergangenen Jahr als der Brückenspezialist bei extremen geografischen Bedingungen beweisen – beispielsweise bei den Projekten „Kåfjordbrua“, „Nesbrua“ und „Tverlandsbrua“. Ein besonderer Erfolg für Doka Norge ist der Auftrag für das Prestige-Infrastrukturprojekt „E6 Dovrebanen“, bei dem sich die Organisation

als starker und zuverlässiger Partner präsentiert und ihr Potenzial unter Beweis stellen kann.

Die schwedische Bauwirtschaft entwickelte sich im Berichtszeitraum auf sehr hohem Niveau. **Doka Sverige** hat 2012 einen neuen Rekord erzielt und den höchsten Umsatz seit Bestehen der Organisation erwirtschaftet. Doka Sverige lag somit deutlich über Plan und erzielte ein überdurchschnittlich gutes Ergebnis. Die engagierten und erfahrenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie erfolgreiche Projekte wie „Stora Marknadsvägen“, ein doppelstöckiger Kreisverkehr und das Absenktunnelprojekt „Söderströmstunnel“ trugen zu dieser erfolgreichen Entwicklung bei.

Osteuropa

Obwohl in der bulgarischen Bauwirtschaft noch keine Trendumkehr zur Besserung absehbar ist, werden im Infrastrukturbereich Fortschritte sichtbar. So wurde beispielsweise die Lücke der Autobahn zum Schwarzen Meer 2012 fast geschlossen und der Bau von Autobahnteilstücken zur türkischen und griechischen Grenze in Angriff genommen. Bei all diesen Projekten wird Doka als zuverlässiger Partner im Bereich der Schalungstechnik und als Dienstleistungslieferant geschätzt. Der Rohbau des Capital Fort – des mit 126 m höchsten Gebäudes in Sofia – konnte in diesem Jahr erfolgreich fertiggestellt werden. Beim Neubau der Shoppingmall Ljulin, der wertmäßig größten Baustelle von **Doka Bulgaria**, kamen Dokaflex-Tische zum Einsatz. Der Sales-Bereich wurde im zweiten Halbjahr durch den

Wechsel eines erfahrenen Doka-Technikers verstärkt, sodass die bulgarische Organisation auch in diesem Bereich zukünftigen Anforderungen optimal entspricht. Generell blickt Doka Bulgaria auf ein erfolgreiches Jahr 2012 zurück, in dem der Jahresumsatz deutlich über Plan lag und ein Betriebsergebnis im deutlich positiven Bereich erwirtschaftet wurde.

Doka Eesti, Doka Latvia und **Doka Lietuva** festigten ihre führende Marktposition und bauten das Verkaufs- und Mietgeschäft in den Nachbarländern weiter aus: Obwohl das Baugewerbe in den baltischen Staaten 2012 im Durchschnitt um 2,9 Prozent im Vergleich zu 2011 zurückging, erhöhte Doka den Umsatz deutlich. Der Auslandsanteil stieg dabei kontinuierlich und lag bei 20 Prozent. Um die Position zu festigen, eröffnete Doka Lietuva im Norden Litauens

Umgeben von rauer See entsteht im hohen Norden Norwegens die 670 m lange Tverlandsbrua. Die Freivorbauwagen-Lösung von Doka trotzt den bis zu 10 m hohen Wellen.

Geschäftsbereich Europe

Osteuropa
Estland, Lettland, Litauen
Polen
Rumänien
Russland
Slowakei

ein Lager in Panevėžys, das auch den Regionen rund um Klaipėda und Šiauliai nützt. Der Fertigservice wurde in Litauen und Lettland weiter optimiert; besonders erfolgreich war Doka Baltic mit der Trägerschalung Top 50. Schwerpunkte der Aktivitäten waren der Bau einer Ziegel-Produktionslinie für das Unternehmen Akmenės Cementas, die Errichtung der zweiten Bauetappe des Jakai-Kreisverkehrs in Klaipėda und der Bau eines Aussichtsturms an der baltischen Küste.

Nach dem Rekordjahr 2011 brach die Baukonjunktur in Polen massiv ein. Auslaufende Infrastrukturgroßprojekte, die im Vorfeld der Fußball-EM begonnen wurden, steigende Baustoffpreise, Verschiebungen bei geplanten Großprojekten und nicht zuletzt die schwache allgemeine Konjunktur setzten der Bauwirtschaft stark zu. In diesem schwierigen Umfeld konnte **Doka Polska** ihre Marktanteile

trotz Umsatzrückgangs weiter ausbauen. Besonders wichtig waren Akquisitionen eines Selbstkletterprojekts und eines Tunnelprojekts, um sich als kompetenter und verlässlicher Partner auch bei diesen Bauwerken zu behaupten. Die Einführung neuer Produkte lief gut: Die ersten Erfahrungen mit Dokadek 30 waren positiv. Der Auftragnehmer war mit der Qualität der Betonoberfläche und der raschen Bauzeit zufrieden. Als neue Initiative hat Doka Polska die Zusammenarbeit mit der Technischen Universität intensiviert. Der Umbau der Organisation wurde beschleunigt; die ersten Schritte für die notwendigen Investitionen in das Niederlassungsnetz sind gesetzt.

Rumänien war im Jahr 2012 von einem insgesamt schwierigen wirtschaftlichen Umfeld geprägt. Trotz dieser Rahmenbedingungen konnte **Doka România** den Jahresumsatz im Vergleich zum Vor-

jahr deutlich über Plan steigern. Durch konsequentes Bestandsmanagement, Anpassung der Vertriebsorganisation an die Markterfordernisse und beständige Projekt-Vorkalkulation wurde auch ein positives Betriebsergebnis erreicht. Im harten Wettbewerb konnte eine Reihe namhafter Projekte, darunter der Neubau der größten Kathedrale Rumäniens sowie Schlüsselprojekte einiger Stadtumfahrschulungsautobahnen, gewonnen werden.

In einem hinsichtlich Wettbewerb und Preissituation nach wie vor schwierigen Markt steigerte **Doka Rus** 2012 den Umsatz gegenüber 2011 und erwirtschaftete ein positives Ergebnis. Nachdem der Vertrieb personell verstärkt worden war, wurden neue Regionen intensiv bearbeitet. Ein Schwerpunkt dabei war der Russisch Fernost mit der Amur-Region um Chabarowsk, wo mit dem Kosmodrom Wostotschny ein neuer Weltraumbahnhof

für bemannte und unbemannte Flüge ins All entsteht. Für die Errichtung eines Pylons in Wladiwostok lieferte Doka die Schalungslösung. Mit einer Pfeilerhöhe von 320 m und einer freien Spannweite von 1.104 m bricht dieses Projekt gleich zwei Weltrekorde. Zusätzlich konnten 2012 partnerschaftliche Beziehungen zur führenden russischen Bauuniversität MGSU aufgebaut werden. Darüber hinaus wurden wichtige Entscheidungen zum Ausbau der Vertriebsinfrastruktur gefällt.

Die Bauleistung in der Slowakei war im Berichtszeitraum von einem Rückgang um rund zwölf Prozent im Vergleich zum Vorjahr gekennzeichnet. Die fehlenden Investitionen des Staates waren zum Teil auf frühzeitige Wahlen zurückzuführen. Diese schwierigen Rahmenbedingungen beeinflussten die Umsatzzahlen von **Doka Slovakia**. Für die Erreichung des leicht positiven Ergebnisses waren

Doka
 Group
**Lagebericht
 2012**

Geschäftsbereich Europe

Osteuropa
 Slowakei
 Tschechien
 Ukraine
 Ungarn
 Weißrussland



Mit einer Pylonhöhe von 320 m und einer freien Spannweite von 1104 m brach die Wladiwostok-Brücke gleich zwei Weltrekorde. 2012 wurde das 3,1 km lange Verbindungsglied zwischen dem russischen Festland und der Insel Russky Ostrov fertiggestellt.

daher vor allem das konsequente Kostenmanagement sowie das optimierte Prozess- und Bestandsmanagement von Doka Slovakia ausschlaggebend. Zu den wichtigsten Baustellen zählten das Verwaltungsgebäude im Forum Business Center in Bratislava und zahlreiche Biogaskraftwerke im ganzen Land.

Die tschechische Baubranche verzeichnete 2012 einen weiteren Rückgang. Trotz der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen konnte **Česká Doka** die Ergebnisse von 2011 nahezu halten. Im Berichtszeitraum wurde mit dem Ausbau der Lagerflächen und vor allem der Servicekapazitäten des Unternehmens begonnen. Die Investitionen waren erforderlich, um die Position von Doka als Marktführer auf dem tschechischen Markt zu behaupten. Der Vollbetrieb der neuen Gebäude soll im Frühjahr 2013 aufgenommen

werden. Der Ausblick auf 2013 lässt keine grundsätzlichen wirtschaftlichen Änderungen erwarten: Es wird daher auch weiterhin wichtig sein, ein sensibles Materialmanagement zu betreiben. Um die Umsatzziele zu erreichen und einen noch größeren Marktanteil erwirtschaften zu können, setzt Česká Doka 2013 auf weiter verbesserte Serviceangebote.

Die Marktbedingungen waren auch in der Ukraine im Jahr 2012 nicht einfach: Die Baukonjunktur ging um 13,8 Prozent zurück, und das Klima für Investitionen und Geschäftsbeziehungen war schwer belastet. Trotz dieser Rahmenbedingungen stieg das Volumen der Schalungsbranche sehr stark. **Doka Ukraine** erhöhte sowohl den Umsatz als auch den Marktanteil im Vergleich zum Vorjahr sehr deutlich.

Die gute Entwicklung ist das Ergebnis verschiedener Maßnahmen, die 2012

umgesetzt wurden. Dazu gehörten der Einsatz von Projektmanagement, die Optimierung der Servicequalität, die Einführung des Komponentengeschäfts – vor allem mit Aktionen –, eine klare Strategie im Mietgeschäft und ein starker Teamspirit. Zu den wichtigsten Projekten zählen die neue Frauen- und Kinderklinik sowie ein Sportkomplex mit einem 50-m-Schwimmbecken, beide in Kiew, und der Wohnkomplex Pearl in Odessa.

Die stagnierende ungarische Baubranche wurde 2012 von den Sparmaßnahmen des Staates und der Unsicherheit der Investoren geprägt. Einige große Bauprojekte konnten von **Magyar Doka** zwar abgeschlossen, Folgeprojekte aber nicht gewonnen werden. Die meisten Aufträge kamen aus dem Bereich der Landwirtschaft und waren EU-finanziert, wie zum Beispiel Kläranlagen. Der private Wohnungsbau kam völlig zum Erliegen,

Industriegebäude entstanden zumeist mit nur wenigen Monolithstrukturen. Magyar Doka war gefordert, flexibel zu reagieren und Restrukturierungsmaßnahmen zu setzen. Trotz der schwierigen wirtschaftlichen Situation erreichte das Team die Umsatzziele und erhöhte auch den Marktanteil in Ungarn.

Im stabilen wirtschaftlichen Umfeld Weißrusslands konnte sich **Doka Belform** erneut erfolgreich auf dem Markt behaupten und Marktanteile gewinnen. Zeichen für die gute Entwicklung sind der gegenüber dem Plan überdurchschnittliche Umsatzanstieg und das erfolgreiche Ergebnis. Bei Projekten galt das Interesse vor allem dem Bau von Kraftwerken. Der Vertrieb von Doka Belform wurde verstärkt, besondere Aufmerksamkeit wurde der Baubranche in den Städten Gomel und Mogiljow gewidmet.

Das Techmania Science Center in Pilsen zeigt „Wissenschaft zum Anfassen“. Česká Doka lieferte die Schalungslösung für das neue Planetarium.

Geschäftsbereich Europe

Südeuropa
Spanien, Portugal
Italien
Israel
Kroatien
Serbien
Slowenien

Geschäftsbereich Overseas

Nordamerika



Südeuropa

Südeuropa war 2012 in besonderem Maß von der Finanzkrise betroffen. Speziell in Italien, Spanien, Portugal und Griechenland waren die Auswirkungen auf die Geschäftsentwicklung und die Erträge signifikant. Die Reduktion der verfügbaren Volumina und die Liquiditätsschwäche waren jene Faktoren, die die Geschäfte am nachhaltigsten negativ beeinflussten. In all diesen Ländern musste Doka daher Reorganisationsmaßnahmen setzen und Strukturen adaptieren, um sich der neuen Marktsituation anzupassen.

Trotz der angespannten Situation wurde mit einem verbesserten Angebot mehr Nähe zum Markt erreicht: In Spanien beispielsweise bietet **Doka Ibérica** ein Full-Service-Paket an, das vor allem im Brücken- und Tunnelbau viel Akzeptanz

findet. Schon im ersten Jahr gewann Doka fünf Projekte mit diesem Konzept, unter anderem Tolosa, Nervion und Zaratamo.

Doka Italia behauptet sich mit zwei Vorzeigeprojekten im Highrise-Sektor – dem Torre Intesa Sanpaolo in Turin und dem Isozaki-Tower in Mailand – sowie der neuen Cityringen-Metro in Kopenhagen, die vom italienischen Unternehmen Salini Costruzioni in Zusammenarbeit mit Doka Italia gebaut wird.

Doka Israel ist am Bau einiger wichtiger Infrastrukturprojekte beteiligt. Dazu zählen beispielsweise die Hauma Train Station – der Hauptbahnhof für die neue Schnellverbindung zwischen Tel Aviv und Jerusalem – und eine Brücke am Autobahnkreuz Interchange 4 to 20 außerhalb Jerusalems, bei der zwei Doka-Freivorbauwägen zum Einsatz

kamen. Darüber hinaus liefert Doka Israel eine innovative Lösung beim Einbringen von Beton gemeinsam mit Marmor- bzw. Steinschichten, die beispielsweise beim Highrise-Gebäude „Hadar at the Park“ Anwendung fand.

Mit dem leichten Traggerüst Staxo 40 konnte **Doka Hrvatska** im Rahmen des Energieausbaus in Kroatien bei der Errichtung von Biogasanlagen punkten.

In Serbien wirkte **Doka Serb** beim Bau der neuen Brücke über die Sava mit – es war das wichtigste Infrastrukturprojekt in Belgrad und ein wichtiger Schritt in der Positionierung. Bis zum Frühjahr 2014 soll die Doka-Niederlassung neu gebaut werden. Die Planungsarbeiten dafür liefen 2012 auf Hochtouren.

In Kroatien, Serbien und Israel – wo das Umsatzvolumen über Plan lag – konnte

Doka ihre Marktposition festigen. In Slowenien wurde nach dem schwierigen Jahr 2011 ein Sanierungskonzept umgesetzt, mit dem 2012 bessere Ergebnisse als geplant erzielt werden konnten. Anhand des Kühlturm-Projekts im Braunkohlekraftwerk Šoštanj etwa lässt sich der Erfolg der Anstrengungen von **Doka Slovenija** messen.

Geschäftsbereich Overseas

Nordamerika

Die Landesgesellschaften in Nordamerika erzielten 2012 trotz der anhaltend schwierigen Baukonjunktur und der Nachwirkungen der Finanzkrise sehr gute Ergebnisse.

Beim Projekt „Bridge road 4 to 20“ reizte Doka Israel geometrische Grenzen aus. Die Brücke besitzt den engsten Radius, der jemals mit Freivorbauwägen von Doka geschalt wurde.

Wie energiegeladene die Performance von Doka Slovenija im Geschäftsjahr 2012 war, zeigt auch das Projekt Šoštanj: Ein 164,5 m hoher Kühlturm ist markanter Hauptbestandteil beim Umbau des Braunkohlekraftwerks.



Mit einer leistungsstarken Schalungslösung unterstützte Doka USA den Wiederaufbau am Ground Zero.

Die Baukonjunktur in den Vereinigten Staaten erholte sich im Berichtszeitraum und stieg erstmals seit vier Jahren wieder leicht an. 2012 zeigte **Doka USA** bei zahlreichen öffentlichen Bauten, mehrgeschoßigen Wohnhäusern und Industriebauten ihre Expertise als Lieferant wegweisender Schalungslösungen. Für den Wiederaufbau am Ground Zero lieferte Doka in den vergangenen Jahren eine Vielzahl an Kletter- und Deckenschalungen, u. a. für Tower 2 und 4. Für das zukünftig höchste Wohngebäude von New York an der 432 Park Avenue begann Doka USA mit der Lieferung des innovativen Systems Super Climber SCP. Im Bereich Infrastruktur baute Doka ihre Marktanteile aus. Doka USA stellte die Schalungstechnik für drei Kraftwerksprojekte entlang des Ohio River zur Verfügung und zeigte ihre Expertise bei einem großen Tunnelprojekt in Virginia. Sowohl bei der Umsatzentwicklung als

auch beim Betriebsergebnis übertraf Doka USA die Erwartungen sehr deutlich.

Auf Hawaii und den karibischen Inseln verstärkte Doka ihre Aktivitäten. So kamen Doka-Schalungslösungen beispielsweise auf den Bahamas beim Bau des größten Ferienressorts der Karibik, dem Baha-Mar-Projekt, zum Einsatz. Die Fertigstellung der neuen Touristendestination mit einem Bauvolumen von mehr als zwei Milliarden US-Dollar ist 2013 geplant.

Der kanadische Markt erholte sich weiter, und die Bautätigkeit näherte sich mit einem Anteil von knapp 13 Prozent an der Wirtschaftsleistung langsam dem Niveau von 2008 an. **Doka Canada** gewann mit dem Super Climber SCP den Zuschlag für das 28-stöckige Centre hospitalier de l'Université de Montréal (CHUM). Die Landesgesellschaft schloss

das Geschäftsjahr 2012 mit einem Umsatzplus über Plan ab und übertraf auch die Erwartungen beim Betriebsergebnis deutlich.

Doka USA und Doka Canada haben im Jahr 2012 ihr Wachstum in einem sich erholenden Baumarkt ausgebaut und den Grundstein für zukünftige Erfolge gelegt.

Lateinamerika

Lateinamerika baute 2012 seine Wirtschaftsleistung weiter aus. Der Bausektor profitierte von der starken Wohnungsnachfrage und hohen Investitionen im Bergbau. Darüber hinaus wurde in den Ausbau der Infrastruktur in den Ballungszentren und der Kraftwerkskapazitäten investiert, um den rasant steigenden Bedarf an Energie abzudecken. Trotz

des ausgezeichneten Umsatzwachstums spürte Doka den starken Preisdruck durch Investitionen der lokalen Mitbewerber, insbesondere in Brasilien, und die Konkurrenz der Anbieter aus den Krisenländern Europas.

Trotz eines deutlich unter den Erwartungen liegenden Wirtschaftswachstums setzte sich in Brasilien der Aufwärtstrend in der Bauwirtschaft weiter fort. Wichtige Impulse für die Bauwirtschaft kamen 2012 von der brasilianischen Regierung. Diese förderte den Ausbau der Verkehrsinfrastruktur und weitete das Kreditangebot für den privaten Wohnbau – verbunden mit deutlichen Zinssenkungen – aus. Ein wichtiger Faktor waren auch die Bauaktivitäten für die Fußball-WM 2014. **Doka Brasil** war an der Errichtung des WM-Stadions in São Paulo beteiligt, wo das Eröffnungsspiel ausgetragen wird. Die Niederlassung in Rio de Janeiro

Der Super Climber SCP ist eine schnelle Kletterschalung speziell für den US-Markt. Mit dem Einsatz des Produkts werden Projekte wie das 45-stöckige Wohngebäude Regalia in rekordverdächtiger Geschwindigkeit umgesetzt.

Geschäftsbereich Overseas

Lateinamerika
Brasilien
Chile
Mexiko
Panama



konnte sich im zweiten Jahr ihres Bestehens als einer der wichtigsten Player am Markt etablieren und Projekte im Zuge der Vorbereitung für die Olympischen Spiele 2016 abwickeln. Die außerordentlich gute Performance der Niederlassung Recife zeigt, dass Doka im Nordosten des Landes sehr gut positioniert ist. Trotz des starken Wettbewerbsdrucks konnte Doka Brasil ihren Wachstumspfad fortsetzen und erneut Marktanteile gewinnen. Doka Brasil blickt nach ihrem 35-jährigen Bestehen im vergangenen Jahr zuversichtlich in die Zukunft.

Die sehr optimistische Wirtschaftsstimmung setzte sich auch 2012 fort und die Bauleistung lag über dem hohen Niveau des Vorjahres. Diese wurde von Investitionen in das Herzstück der chilenischen Wirtschaft, den Bergbau, und vom privaten Wohnbau getragen. Die öffentliche Hand leistete mit dem Bau von Schulen

und Spitälern einen wichtigen Beitrag. Im Süden Chiles setzte Doka beim Bau des Wasserkraftwerks Angostura erstmals in Lateinamerika den Tunnelschalwagen Traggerüst SL-1 ein. Aufgrund des positiven Umfelds und des Marktpotenzials kaufte **Doka Chile** ein Grundstück und begann mit der Errichtung einer neuen Niederlassung in Santiago de Chile.

Um ihre Position in der Region Norden zu stärken, baute die Landesorganisation die Aktivitäten im Bergbauzentrum Chiles aus. 2013 wird Doka Chile eine Niederlassung in Antofagasta gründen. Doka lieferte Schalungssysteme just in time für Bergbauprojekte in der Region Antofagasta, zum Beispiel für die Minera Escondida. In diesem vielversprechenden Umfeld konnte Doka Chile ihren Umsatz nahezu verdoppeln und erneut ein deutlich positives Betriebsergebnis erzielen.

Mexikos Wirtschaft zeigte sich 2012 mit vier Prozent Wachstum weiterhin sehr stabil. Die Baukonjunktur hat sich ebenfalls positiv entwickelt. **Doka México** baute in diesem Umfeld ihren Marktanteil weiter aus. Der Umsatz lag deutlich über Plan, aufgrund des schnellen Wachstums erfüllte das Betriebsergebnis allerdings nicht die Erwartungen. Als sichtbares Zeichen für die positive Geschäftsentwicklung und aufgrund des zukünftigen Potenzials erwarb Doka México ein 25.000 m² großes Gelände. Damit wurden die Voraussetzungen für den Ausbau des Geschäfts in den nächsten Jahren geschaffen. Zentrale Projekte waren die Lieferung von Schalungstechnik für die Kläranlage Atontonilco, eine der größten Kläranlagen der Welt in der Nähe von México City, für die erste Erweiterungsphase des Kaltwalzwerks von Ternium in Monterrey sowie für

den Staudamm Zapotillo. Die Marktaussichten für 2013 sind positiv.

Die Bauwirtschaft in den Ländern Kolumbien, Venezuela und Zentralamerika befindet sich seit Jahren im Aufwind. **Doka Panama** fungiert als Drehscheibe für die Region Mittelamerika und die Karibik und weitete 2012 seine Aktivitäten auch auf Kolumbien sowie Venezuela aus. Nach hervorragenden Ergebnissen im Jahr 2011 konnte Doka Panama im Berichtszeitraum die ehrgeizigen Erwartungen erneut übertreffen. Der Umsatz wurde fast verdoppelt, und das Betriebsergebnis lag deutlich über den Planvorgaben. Ein Vorzeigeprojekt in der Region ist die dritte Brücke über den Fluss Orinoco in Venezuela. Doka entwickelte die Schalungslösung für zwei 135 m hohe Pylone und lieferte die Selbstkletterschalung SKE100. Ein weiteres Projekt in Venezuela ist die Ciudad de Tiuna in Caracas. In

Mit Projekten wie dem neuen Corinthians-Fußballstadion in São Paulo macht sich Brasilien fit für die Fußball-Weltmeisterschaft 2014. Die Schalung für das neue Oval kommt von Doka.

Geschäftsbereich Overseas

Lateinamerika

Panama

Peru

Afrika

Ägypten

Algerien

Nigeria

Marokko

Kolumbien kam Doka-Schalungstechnik bei zwei der größten in Bau befindlichen Wasserkraftwerke – El Quimbo und So-gamosa – zum Einsatz.

Trotz Regierungswechsels blieb die peruanische Wirtschaft auch 2012 auf Wachstumskurs. Große Investitionsprogramme im Bergbau zum Abbau von Gold und Kupfer, der massive Bedarf an Wasserkraftwerken und dringende Investitionen in die Infrastruktur in der Hauptstadt Lima sorgten auch 2012 für einen anhaltenden Bauboom. Die strategische Entscheidung für den Ausbau der Marktanteile in Lateinamerika führte 2012 zur Eröffnung einer neuen Doka-Niederlassung in Peru. **Doka Peru** startete mit einem hervorragenden Ergebnis im ersten Geschäftsjahr. Sowohl Umsatz als auch Betriebsergebnis lagen deutlich über den Erwartungen, und daher blickt die junge Landesorganisation optimis-

tisch in die Zukunft. 2012 konnte Doka Peru eines der größten Bergbauprojekte der Region, die Minera Las Bambas, gewinnen. Mittelfristig sollen weitere Großprojekte in den wichtigen Sektoren Bergbau, Infrastruktur und Energie sowie technisch herausfordernde Hochbauprojekte gewonnen werden.

Afrika

Die Folgen des Arabischen Frühlings waren in den nordafrikanischen Ländern 2012 weiterhin zu spüren. Das Bauge-werbe litt bereits das zweite Jahr in Folge unter den schwierigen Rahmenbedin-gungen. Die Länder südlich der Sahara befanden sich im Gegensatz dazu auf Wachstumskurs. Der Bausektor Afrikas verbuchte insgesamt einen Anteil von über zehn Prozent, gemessen an der steigen-den Wirtschaftsleistung des Kontinents.



Am Ufer des Orinoco in Venezuela werden zwei Pylone mit einer Schalungs-lösung von Doka in Form gebracht.

Aufgrund der unsicheren politischen Lage verzögerten sich wichtige Investitionen, beispielsweise in **Ägypten**. Zahlreiche Großprojekte liegen weiterhin auf Eis. Insgesamt lag die Bauleistung knapp unter dem Vorjahresniveau.

Im Gegensatz zu Ägypten zeigte der algerische Baumarkt deutlich positive Veränderungen. Dieses Potenzial nutzte **Doka Algérie** und lag 2012 sowohl beim Umsatz als auch beim Betriebsergebnis deutlich über den Erwartungen. Die Landesgesellschaft traf wichtige strategische Entscheidungen, baute ihre Vertriebspräsenz weiter aus und investierte in die Entwicklung der Mitarbeiter. Die Produktneuheit Dokaflex 15 konnte in der zweiten Jahreshälfte erfolgreich am Markt eingeführt werden und ist bereits bei fünf Projekten im Einsatz. Doka Algérie legte damit eine hervorragende Basis für das Geschäftsjahr 2013.

Doka Formwork Nigeria baute ein Jahr nach dem Markteintritt im Jahr 2011 die Vertriebsaktivitäten weiter aus und investierte in den Personalaufbau in der Niederlassung in Lagos. Die Landesorganisation etablierte sich als einziger lokal ansässiger Schalungslieferant mit einer breiten Palette an Ingenieurleistungen am Markt und blickt mit positiven Erwartungen auf das neue Geschäftsjahr. Im Fokus stehen Kraftwerks- und Infrastrukturbauten.

Doka Maroc versorgte die lokale Bauwirtschaft 2012 mit einer breiten Palette an wirtschaftlichen Schalungslösungen für Wohn- und Industriebauten. Die Bauarbeiten der komplexen Pylone für die Pont de Bouregreg bei Rabat schritten weiter voran. Das „Wahrzeichen der Region“ führte Doka zur höchsten Zufriedenheit des Kunden aus. Die noch junge Organisation konnte den Umsatz im zweiten Geschäftsjahr nach der Grün-

Geschäftsbereich Overseas

Afrika
Marokko
Südafrika
Mosambik
Mittlerer Osten
Jordanien
Katar

derung deutlich steigern, blieb allerdings hinter den Planvorgaben. Aufgrund der deutlich positiven Veränderungen in der regionalen Bauwirtschaft ist Doka Marocco zuversichtlich, neue Infrastrukturprojekte und touristische Bauten gewinnen zu können.

Die südafrikanische Bauwirtschaft befindet sich nach einem Rückgang wieder auf Wachstumskurs, allerdings auf niedrigem Niveau. **Doka South Africa** baute in diesem Umfeld im Berichtszeitraum ihre Kapazitäten in den operativen sowie technischen Bereichen weiter aus und etablierte sich mit hochwertigen Produkt- und Serviceangeboten am Markt. Die Umsatzerwartungen konnte Doka South Africa nicht ganz erfüllen, und auch das Betriebsergebnis lag 2012 unter Plan. Der neue Landesgeschäftsführer hat die Organisation aber wieder auf Wachstumskurs gebracht. Die Key-

Account-Vertriebsstrategie fokussiert noch stärker auf die Kundenbedürfnisse, und die Landesgesellschaft blickt optimistisch in die Zukunft.

Doka nutzte die starke Präsenz in Südafrika, um auch vielversprechende Märkte im südlichen Afrika mit Produkten und Dienstleistungen zu bearbeiten. Dies führte zur Errichtung einer Niederlassung in **Mosambik**.

Mittlerer Osten

Die Märkte in der Region entwickelten sich 2012 sehr unterschiedlich. Der Anteil der Bauwirtschaft am gestiegenen Bruttoinlandsprodukt betrug fast 18 Prozent. Auf der Arabischen Halbinsel punktete Doka als Anbieter moderner Schalungssysteme für den Hoch- und Tiefbau und wickelte eine



Internationalität und Komplexität zeichnen die Bouregreg-Brücke aus. Mit dem Vorzeigeprojekt will Marokko den Brückenschlag in die Zukunft der Infrastruktur schaffen.

Vielzahl an Projekten ab. Im Highrise-Sektor blieb Doka führend, und im Infrastrukturbereich konnte die Marktpräsenz weiter ausgebaut werden. Das Geschäftswachstum von Doka stieg in der Region in den vergangenen Jahren um das Zehnfache. Die Außenwirtschaft Austria würdigte dies und verlieh Doka im Dezember 2012 den Preis als „Best Austrian Company in the GCC 2013“.

2012 brachte Doka in der Region neue Schalungslösungen auf den Markt. Dokaflex 15, das flexible Handsystem für geringe Deckenstärken, bedient ein wachsendes Segment im Wohnungsbau. Ebenso konnten die neue Element-Deckenschalung Dokadek 30 sowie das Traggerüst Staxo 40 als wirtschaftliche Schalungssysteme punkten.

In Jordanien stieg die Bauleistung im Jahr 2012 geringfügig. **Doka Jordan**

konnte das positive Umfeld nutzen und die Planvorgaben erreichen.

Die Bauwirtschaft in Katar blieb im Berichtszeitraum etwa auf Vorjahresniveau. **Doka Qatar** erhielt den Zuschlag für die Lieferung von Schalungslösungen für den Bau der mehr als 100 Gebäude in der Msheireb Downtown. Dieses 31 ha große Gebiet im Zentrum der Hauptstadt Doha wird bis zur Fußball-WM 2022 in mehreren Phasen wiederbelebt. Doka Qatar lieferte darüber hinaus 94 SKE50-Selbstkletterautomaten und 1.800 m² Trägerschalung für die 185 m hohen Twin Towers in Doha. Umsatz und Ergebnis von Doka Qatar blieben hinter den Erwartungen, stiegen in der zweiten Jahreshälfte allerdings deutlich an. Infrastrukturbauten für die Fußball-WM 2022 sollen für neue Impulse sorgen.

Geschäftsbereich Overseas

Mittlerer Osten

Kuwait

Libanon

Oman

Saudi Arabien

Vereinigte Arabische Emirate

West-/Zentralasien

Indien

In Kuwait war die Bauleistung erneut von einem Anstieg gekennzeichnet. **Doka Kuwait** konnte in diesem Umfeld sowohl den Umsatz leicht über Plan steigern sowie beim Betriebsergebnis die Planvorgaben erfüllen. Doka Kuwait lieferte die Schalungslösung für den Bau der Sabah Al-Salem University im Südwesten von Kuwait City. Hier werden Colleges für Kunst und Wissenschaft errichtet.

Doka Lebanon liefert die Schalungstechnik für den luxuriösen, 186 m hohen Sama Beirut, mit 52 Stockwerken das höchste Gebäude des Landes. Die Organisation erwirtschaftete ein leichtes Umsatzplus über Plan.

Im Oman entwickelte sich die Bauwirtschaft im Berichtszeitraum weiterhin positiv. **Doka Muscat** eröffnete im vergangenen Jahr ein neues Lager und verzeichnete 2012 einen beson-

ders staken Umsatzanstieg. Auch beim Betriebsergebnis kann die Landesorganisation auf einen positiven Abschluss des Geschäftsjahres über den Planvorgaben verweisen.

In Saudi-Arabien stieg das Bauvolumen erneut an und betrug im Berichtszeitraum mehr als 43 Milliarden Euro. In diesem positiven Umfeld konnte **Doka Saudi Arabia** die guten Vorjahreswerte erneut weit übertreffen. Umsatz und Betriebsergebnis lagen 2012 deutlich über Plan.

Doka Saudi Arabia eröffnete 2012 ein neues Büro und überzeugte mit Schalungslösungen für herausragende Projekte, u. a. in der Hafenstadt Jeddah: einerseits beim Bau der Lamar Towers und seinen zwei Hochhaustürmen mit 72 und 62 Stockwerken, andererseits bei der Errichtung des modernen Stadions

in der King Abdullah Sports City, das ab 2014 Fußballfans begeistern wird.

Vereinigte Arabische Emirate

Die Bauwirtschaft der Vereinigten Arabischen Emirate verzeichnete auch 2012 kein Wachstum. Durch Verlagerung der Aktivitäten auf die Bereiche Infrastruktur und Schwerindustrie (Öl- und Gasfelder) sowie den weiteren Ausbau des Angebots an Dienstleistungen gelang es **Doka Gulf** alternative Umsatzpotenziale zu erschließen. Beispielsweise lieferte Doka Gulf im vergangenen Jahr die Schalungstechnik für die Autobahn Al Khail Road in Dubai. Das hervorragende Umsatzniveau von 2010 konnte dennoch nicht erreicht werden

Die konsequente PR-Arbeit und die Teilnahme an strategisch wichtigen



Messen der Region stärkten 2012 die Marktpräsenz der Landesgesellschaften. Beispielsweise präsentierte Doka die neuesten Schalungslösungen in der libanesischen Hauptstadt Beirut, auf der Infra Oman in Muscat, auf der Saudi Build in Riad und auf der Big 5 International Building & Construction Show in Dubai.

West-/Zentralasien

Das Wachstum der indischen Bauwirtschaft betrug 2012 etwa zehn Prozent, verlangsamte sich aber etwas. Der Monsun setzte verspätet ein und trug zu einer verlängerten Bautätigkeit bei. Das Thema Nachhaltigkeit gewann an Bedeutung. **Doka India** weitete ihre Präsenz mit neuen Produkten im stark preisgetriebenen Bausektor aus. Die Neuentwicklungen wie Dokaflex 15 oder

Die Twin Towers wuchsen bis in eine Höhe von 185 m in den Himmel Qatars. Doka lieferte für die Twin Towers in Dohas West Bay eine Komplettausstattung von Schalungsmaterial – inklusive der Selbstkletterschalung für Schachtkerne.

Für ein Vorzeigeprojekt in der indischen Metropole Mumbai – den Super-Tower Lokhandwala Minerva – liefert Doka die Selbstkletterschalungen SKE50 und SKE100. Das 82-geschossige Bauwerk ist nach der römischen Göttin Minerva benannt.



Über dem Euphrat in Südanatolien entsteht die Nissibi-Brücke. Die 610 m lange Schrägseilbrücke wird von 85 m hohen Pylonen gestützt.

Frami eco sind besonders wirtschaftliche Systeme für diese Kundenanforderungen. Doka India operiert – zusätzlich zur Landeszentrale in Mumbai – verstärkt mit zwei noch jungen Niederlassungen in Dehli und Chennai. Das Vertriebsteam wurde ausgebaut und absolvierte intensive Trainings. All diese Initiativen führten im Berichtszeitraum zu einer Umsatzsteigerung und einem Betriebsergebnis über Plan. Zahlreiche Vorzeigeprojekte im Highrise-Sektor unterstreichen die Kompetenz, die Doka India seit der Gründung 2008 in diesem Bereich aufgebaut hat.

In der Metropole Mumbai, der größten Stadt Indiens, kommen Schalungslösungen von Doka beispielsweise beim Bau des Wadala Tower, des Lokhandwala Minerva Tower oder des Omkar Worli Tower zum Einsatz. Im Südosten Indiens lieferte Doka die Schalungstechnik für den Signature Tower in Chennai. Im

Brückenbau punktete die Landesgesellschaft bei der 592 m langen Schrägseilbrücke über den Fluss Ravi in Basoli und im Kraftwerkssektor mit dem Projekt Sri Damodaram Sanjeevaiah.

Nach einem Einbruch im Jahr 2009 wuchs die Bauwirtschaft in der Türkei das dritte Jahr in Folge, allerdings auf niedrigerem Niveau als 2011. Gründe dafür waren geringere Staatsausgaben, das hohe Leistungsbilanzdefizit sowie ein Rückgang bei der Vergabe von Verbraucherkrediten. **Doka Kalip-Iskele** erreichte 2012 trotz dieser Rahmenbedingungen und des niedrigen Preisniveaus auf dem Schalungsmarkt ein bedeutendes Umsatzwachstum und einen Ausbau des Marktanteils, blieb jedoch unter den Planvorgaben. Das Mietgeschäft wirkte sich positiv auf die Umsatzentwicklung aus. Der Fokus im Vertrieb lag 2012 in der Reorganisation

Geschäftsbereich Overseas

West-/Zentralasien

Türkei

Ostasien/Pazifik

Australien

China

Japan

Malaysia

des Außendienstes und der Gewinnung von Großprojekten. Doka Kalip-Iskele konnte namhafte Projekte gewinnen und umsetzen, wie beispielsweise die 610 m lange Nissibi-Schrägseilbrücke über den Euphrat im Südosten der Türkei und den 50.000 m² großen Erweiterungsbau der Piri-Reis-Universität in Istanbul.

Darüber hinaus hat die Landesorganisation die Vertriebsaktivitäten in **Aserbaidschan** und im **Irak** ausgeweitet. In beiden Ländern sind Schalungssysteme von Doka bei namhaften Projekten im Einsatz.

Ostasien/Pazifik

Die Bauwirtschaft in der Region Ostasien & Pazifik verbuchte 2012 einen Anteil von knapp 18 Prozent, gemessen an der gesamten Wirtschaftsleistung. Die Doka-Landesgesellschaften erreichten in

Summe ein beachtliches Umsatzwachstum. Die strategische Ausrichtung auf die lokalen Bedürfnisse verfolgte Doka im vergangenen Geschäftsjahr konsequent weiter und verstärkte die Regionsleitung mit Sitz in Singapur.

Die australische Wirtschaft entwickelte sich im Berichtszeitraum ebenso wie der Bausektor stabil. Die neu gegründete **Doka Formwork Australia** fuhr im ersten Jahr ihrer operativen Geschäftstätigkeit bereits Projekterfolge ein und begann mit der Lieferung von Schalungstechnik für den Bau des Cotter Dam, eines Staudamms in der Nähe von Canberra. Insgesamt sind die Signale in dem für Doka noch jungen Markt positiv. Marktanteile zu gewinnen steht im Jahr 2013 im Mittelpunkt.

Der Bausektor in China verzeichnete im Berichtszeitraum erneut ein starkes

Wachstum. Für **Doka China** stellten die schwierigen Rahmenbedingungen am Markt auch 2012 eine besondere Herausforderung dar. Insbesondere geht es für Doka darum, die Bauwirtschaft vom Rationalisierungspotenzial sowie von den Vorteilen moderner Schalungssysteme zu überzeugen. Doka China arbeitete weiterhin daran, bei strategisch wichtigen Projekten, die eine hohe Planungs- und Methodenkompetenz sowie Produktqualität erfordern, zu punkten. Darüber hinaus wurde das Produkt- und Dienstleistungsangebot an die unterschiedlichen regionalen Anforderungen angepasst. In diesem Umfeld konnte Doka China die Umsatz- und Ergebnisvorgaben nicht erfüllen. Der Schalungsmarkt mit geschätzten 3,6 Milliarden Euro hat ein Riesenzugpotenzial.

Der Bausektor hat sich in Japan nach dem Einbruch 2010 weiter leicht erholt,

liegt aber nach wie vor unter dem Niveau von 2009. **Doka Japan** stand auch 2012 unter dem Eindruck der wirtschaftlichen Auswirkungen von Fukushima sowie des Tsunamis und konnte daher nicht an die Ergebnisse von 2011 anschließen. Für das Geschäftsjahr 2013 ist eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Bauwirtschaft zu erwarten.

Die malaysische Bauwirtschaft blieb 2012 weiterhin auf Wachstumskurs. Die im Jahr 2011 gegründete **Doka Formwork Malaysia** erarbeitete sich bereits eine herausragende Marktstellung im Systemschalungssektor und lag bei Umsatz sowie Betriebsergebnis sehr deutlich über Plan. Die wichtigste Investition in der Region ist eine Logistikkreuzscheibe, die im August 2012 in Betrieb genommen wurde. Sie wird maßgeblich zur schnellen Belieferung der Doka-Kun-

Doka
Group
Lagebericht
2012

Geschäftsbereich Overseas
Ostasien/Pazifik
Singapur
Südkorea
Neuseeland, Philippinen, Taiwan, Thailand, Vietnam



Boulevard Vue ist die erste Adresse für luxuriöses Wohnen in Singapur. Mit Schalungstechnik von Doka wurden auf 33 Stockwerken moderne Apartments geschaffen.



den in Indien und der Region East Asia & Pacific beitragen.

In einem stabilen Marktumfeld konnte **Doka Formwork** ihre Marktanteile weiter ausbauen. Die Landesorganisation entwickelte Schalungslösungen für zahlreiche Hochhausprojekte: für die zwei Metropolis-Türme im One-North mit Büroflächen und Einkaufszentren, für das 20-stöckige Spital Connexion mit einem integrierten Hotel und für das Hotel Phoenix inklusive Verkaufsfläche direkt im beliebten Einkaufsviertel Orchard Road. Der Umsatz lag – trotz der 2011 erfolgten Ausgliederung der Region Malaysia – deutlich über Plan, und auch das Betriebsergebnis übertraf deutlich die Erwartungen.

Die Wirtschaftsleistung von Südkorea stieg 2012 weiter an. Die Baukonjunktur stabilisierte sich auf dem Niveau

von 2011, liegt aber weiterhin unter den Werten von 2009. In einem herausfordernden Umfeld konnte **Doka Korea** die Umsatzerwartungen fast erfüllen und erfolgreich an der Errichtung des 555 m hohen Lotte World Tower mitwirken. In einer beispielgebenden Zusammenarbeit entwickelte ein Team von 20 Personen aus Korea, Singapur und Österreich Schalungslösungen für eines der High-rise-Vorzeigeprojekte weltweit, u. a. einen teleskopierbaren Schutzschild. Dieser passt sich fast ohne Umbauten an sich verjüngende Gebäudeformen an. Nach seiner geplanten Fertigstellung im Jahr 2015 wird der Lotte World Tower das höchste Gebäude Ostasiens sein.

In einem für Doka neuen ostasiatischen Markt, den **Philippinen**, konnten erste Projekterfolge erzielt werden. Dabei arbeitete Doka – wie in den Märkten **Neuseeland, Taiwan, Thailand** und

Der Lotte World Tower ist mit seinen 555 m das künftig höchste Gebäude Ostasiens. Ein internationales Expertenteam rund um Doka Korea sorgt für die Umsetzung des Projekts der Superlative.



Das neue Corporate Design verleiht dem Markenauftritt ein modernes Gesicht und spiegelt die Markenwerte wider.

Vietnam – eng mit lokalen Vertriebspartnern zusammen.

Die Wirtschaftsaussichten in Asien sind überwiegend positiv. Das Thema Sicherheit auf Baustellen und Optimierungen der Abläufe in der Bauwirtschaft gewinnen weiter an Bedeutung. Im Geschäftsjahr 2013 ist mit einem großen Wachstumspotenzial zu rechnen.

Geschäftsbereich Sales & Marketing

Zentral für den Bereich **Marketing** war im Geschäftsjahr 2012 die Repositionierung der **Marke Doka** im Zuge der strategischen Neuausrichtung des Unternehmens. Mit dem neuen Markenauftritt werden die Aktivitäten zur Festigung des Geschäfts in den Kernmärkten sowie der Ausbau in Overseas unterstützt. Neben der Weiterentwicklung des Doka-Logos

wurden CD/CI der Doka Group und damit das gesamte Kommunikationsangebot neu gestaltet. Basierend auf dem internationalen Webauftritt **doka.com** wurden mehr als 20 Länder-Websites weltweit in den Doka-Märkten (z. B. USA, Brasilien, China, Indien) implementiert.

Im europäischen Markt wurde die Einführung der Element-Deckenschalung **Dokadek 30** erstmals multimedial (z. B. Dokadek-30-App mit sog. „Augmented Reality“) umgesetzt. Darüber hinaus wurden die neuen Geschäftsbereiche – Gebrauchtgeräte („**Form-on**“) sowie das Komponenten-Geschäft – für den Markteintritt vorbereitet.

Die **PR-Arbeit** fokussierte sich neben der Nutzung der sozialen Medien (Facebook, Twitter) auf die Top-Projekte, die Doka Kernkompetenz als internationaler High-Class-Lösungsanbieter in

allen Marktsegmenten unterstreichen. In Overseas wurde insbesondere die Lösungskompetenz im Bereich Highrise in strategisch relevanten Märkten erfolgreich kommuniziert.

Neben diesen Kernthemen war der Aufbau eines **internationalen Marketing- und Produktmanagement-Teams** ein weiterer Baustein, der mit dazu beitragen wird, den Ausbau des internationalen Geschäftsmodells der Doka Group sicherzustellen.

Mit gezielter Beratung, modernen Werkzeugen und einem individuellen Trainingsangebot unterstützt das **Sales-Team** die Regionen, deren Vertriebsleistung und den Service am Kunden zu steigern. Die Sales-Performance von Doka ist einer der Schlüsselfaktoren für die nachhaltige Sicherung der Ertragskraft des Unternehmens und

das Erreichen der strategischen Wachstumsziele.

Der Implementierung von **CRM** in strategisch relevanten Ländern wurde mit dem erfolgreichen Launch von **myDoka** Rechnung getragen. myDoka bietet Doka-Kunden schnellen und sicheren Zugriff auf alle projektspezifischen Daten und sichert den „direkten Draht“ zu Doka. Einen wesentlichen Schritt in Richtung gezielten Ressourceneinsatzes und Effizienz des Unternehmens bringt die Einführung der **Sales-Pipeline**, aus der sich künftige Bedarfe ableiten lassen.

Ein weiterer Fokus der Sales-Aktivitäten lag 2012 im Ausbau des **Trainingsangebots**. Dafür konzipiert die Abteilung Sales praxisnahe Trainingsprogramme, basierend auf den individuellen Bedürfnissen der jeweiligen Länder.

Mit **Form-on** ging im September 2012 die neue E-Business-Plattform von Doka für gebrauchte Schalungen online. Das digitale Portal öffnet einen weiteren Vertriebskanal und bildet somit eine wichtige Säule der Doka-Strategie. Form-on liefert hochwertige Schalung aus zweiter Hand und bietet seinen Kunden ein weltweites Versorgungsnetz.

Geschäftsbereich Engineering / Research & Development

Zuverlässige, leistungsstarke und sichere Produkte sowie Schalungssysteme sind ein Erfolgsfaktor der Doka Group. Der andere sind die Dienstleistungen aus dem Bereich **Doka Engineering**. Die Erfahrungen und das Know-how von unzähligen Projekten in aller Welt fließen in die herausforderndsten Bauvorhaben von heute und morgen ein. „Engineered by

Doka“ wird so zu einem Qualitätssiegel für Ingenieurleistungen auf höchstem Niveau. Die Planungskompetenz der Schalungstechnikerinnen und -techniker von Doka hat auch im Jahr 2012 Kunden in aller Welt überzeugt. So entstehen begeisternde Bauwerke mit wegweisenden Schalungslösungen: Im Highrise-Sektor sind das beispielsweise das Projekt 432 Park Avenue, das zukünftig höchste Wohngebäude in New York, der Tour Odéon in Monaco oder der TaunusTurm in Frankfurt am Main. Im Brückenbau sind etwa die Tverlandsbrua in Norwegen oder die Bouregreg-Brücke in Marokko bemerkenswert. Weitere Bauvorhaben, die die Handschrift von Doka Engineering tragen, sind der Tunnel Kühnsdorf in Österreich, die King Abdullah Sports City in Saudi-Arabien oder die Nissibi-Brücke in der Türkei.

„Gemeinsam Aufträge gewinnen“

– Unter diesem Motto und mit diesem Ziel hat die Doka Group im Zuge der strategischen Ausrichtung Ende 2011 die Abteilung **Business Development** gegründet. Ihre Aufgabe ist es, gemeinsam mit den Doka-Landesorganisationen, den technischen Büros sowie den Spezialisten aus den Kompetenzzentren neue Schlüsselprojekte in aller Welt zu gewinnen. Die Bauunternehmen und Kunden werden damit bei komplexen Bauvorhaben von Beginn an mit dem ganzen Know-how der Doka Group bedient. Das neu geschaffene Business-Development hat bereits im ersten Jahr die gesteckten Ziele weit übertroffen. In enger Zusammenarbeit mit den Landesgesellschaften konnten Kunden von dieser Form der Zusammenarbeit überzeugt und namhafte Projekte gewonnen werden. Beispiele dafür sind zahlreiche Highrise-Projekte wie der Wadala

Tower, der Lokhandwala Minerva Tower oder der Omkar Worli Tower in Indien. In den USA konnte die Doka Group mit dem Second-Midtown-Tunnel im Bundesstaat Virginia einen großen Tunnelauftrag an Land ziehen. Bei diesem besonders komplexen und schwierigen Projekt haben die Schalungstechniker von Doka bereits in der Planungs- und Akquisitionsphase gepunktet. Diese und weitere Beispiele zeigen, dass außergewöhnliche Bauvorhaben die Bündelung aller Kräfte erfordern. Mit dem Business-Development hat die Doka Group ein Erfolgsmodell für die internationale Zusammenarbeit bei Top-Projekten ins Leben gerufen.

Der Bereich **Research & Development** stand im Jahr 2012 ganz im Zeichen der Entwicklung von neuen Produkten und Dienstleistungen. Innovationen, die auf der bauma im April 2013 präsentiert wur-

den. Die Element-Deckenschalung Dokadek 30 zählt als eine der wichtigsten Neuheiten ebenso dazu wie Systeme, die speziell für regionale Anforderungen entwickelt wurden, zum Beispiel Dokaflex 15. Für die Sektoren Highrise und Energy kommen aus der Forschungs- und Entwicklungsabteilung ebenfalls Neu- bzw. Weiterentwicklungen wie die Rahmeneinhausung Xbright für das Schutzschild Xclimb 60, das Selbstklettersystem SKE100 plus oder eine neue Sperrschalung für den Kraftwerksbau. Darüber hinaus entwickelten die Spezialisten von Doka Schalungslösungen für große Minenprojekte, die Doka in den lateinamerikanischen Ländern Chile und Peru realisiert. Die technische Dokumentation für bestehende und neue Produkte sowie die Optimierung von Prozessen des Geräte- und Fertigerservices zählten ebenfalls zu Schwerpunkten von Research & Development.

Eine Schlüsselrolle bei internationalen Top-Projekten spielen auch die zentralen **Richtmeister** von Doka. Sie sorgen für einen reibungslosen Schalungseinsatz sowie eine ordnungsgemäße und sichere Anwendung der Schalungssysteme, etwa bei der Errichtung von zwei 135 m hohen Pylonen beim Vorzeigeprojekt „dritte Brücke über den Fluss Orinoco“ in Venezuela. Seit vielen Jahren arbeitet die Doka Group mit universitären und außeruniversitären Weiterbildungs- und Forschungseinrichtungen zusammen. Mit der **Initiative „University meets Industry“** sind diese Kooperationen weiter intensiviert worden. Ziel ist eine dauerhafte, professionelle Partnerschaft, von der Lehrende, Studierende sowie das Unternehmen nachhaltig profitieren können. In enger Zusammenarbeit mit dem Bereich Human Resources hat Doka Engineering im Frühjahr 2012 Vertreter von Universitäten und Fachhochschulen in Österreich zum



„Engineered by Doka“
wird zu einem Qualitäts-
siegel bei internationalen
Vorzeigeprojekten wie dem
Second Midtown Tunnel,
einem Absenktunnel in den
Vereinigten Staaten.

Gedanken- und Erfahrungsaustausch eingeladen. Ein Höhepunkt war der Besuch der Baustelle der Europäischen Zentralbank in Frankfurt am Main – eine besondere Herausforderung und ein „Meisterwerk“ aus Sicht der Schalungstechnik von Doka. Vorzeigeprojekte wie die EZB bieten auch die Möglichkeit, die Technikerinnen und Techniker von morgen für die Schalungstechnik an sich und die Arbeit von Doka in aller Welt zu begeistern. Forschungsk Kooperationen wie etwa Diplomarbeiten und Dissertationen vertiefen die Zusammenarbeit. Darüber hinaus hat die Doka Group diese Partnerschaften auch in anderen Ländern – wie beispielsweise Deutschland oder Russland – weiter verstärkt. Vielversprechende Investitionen in die Zukunft.

Geschäftsbereich Production & Operations

Im Geschäftsbereich **Production & Operations** wurden im vergangenen Jahr weitreichende **Bestandsoptimierungen** durchgeführt. Die Reduzierung des Lagerbestands wirkte sich beträchtlich auf das Produktionsvolumen und den Umsatz aus. Im Vergleich zum Vorjahr ging der Lieferumsatz der Produktionsbereiche deshalb stark zurück.

Nicht nur Produktivitäts-, sondern vor allem Qualitätssteigerungen standen im Geschäftsjahr 2012 im Mittelpunkt der Aktivitäten von Production & Operations. So war die Anschaffung einer neuen kathodischen Tauchlackieranlage für den Doka-Metallbau einer der wichtigsten Punkte im **Investitionsprogramm** des Geschäftsbereichs. Nicht nur die Kapazität konnte dadurch gesteigert, sondern

insbesondere eine deutliche Verbesserung der Lackqualität erreicht werden.

Mitte des Jahres 2012 wurde mit der Eröffnung des **Hubs in Malaysia** ein wichtiger Beitrag zur steten Bestandsoptimierung verwirklicht und die Grundlage für eine Volumssteigerung in der Region geschaffen. Die neue zentral gesteuerte Logistikkreuzschiebe in der Freihandelszone von Port of Tanjung Pelepas verkürzt die Lieferwege zu Kunden in Indien und der Region East Asia & Pacific. Weitere Logistikstandorte in Lateinamerika und Nordamerika sind geplant.

Die Strategie sieht eine kontinuierliche Optimierung der weltweiten Logistik- und Beschaffungsprozesse vor. Demgemäß unterlagen die **Lieferantenbeziehungen** in Indien und China einer stetigen Intensivierung. In diesen Ländern konnte

das Lieferantennetzwerk ausgebaut und weiterentwickelt werden. Bei bestehenden Zulieferern konnte das Produktspektrum ausgedehnt werden.

Die Fertigung von speziell angepassten **Produkten für regionale Märkte** stellte im Berichtszeitraum einen wesentlichen Baustein der Produktion dar. Systemkomponenten wie beispielsweise für die Rahmenschalung Frami eco oder die Deckenschalung Dokaflex 15 sind speziell für die Region Overseas adaptiert worden.

Ein Programm zur Reduktion von Arbeitsunfällen mit externer Beratung konzentrierte sich vor allem auf die Vermeidung von Verhaltensunfällen. Damit wurde am Standort des Doka-Metallbaus und der Doka-Holzverarbeitung in Amstetten ein wesentlicher Beitrag zur Steigerung der **Arbeitssicherheit** geleistet.



Das Training wurde sehr gut aufgenommen und zeigte rasch Erfolge.

Corporate Services

Human Resources

Unabhängig von allen Konjunkturzyklen wird der demografische Wandel in den kommenden Jahren zu einem Personalengpass führen. Für Unternehmen bedeutet das eine besondere Herausforderung, qualifizierte Fach- und Führungskräfte zu gewinnen.

Aus diesem Grund wurde bereits vor einigen Jahren die **strategische Personalplanung** in der Ausrichtung am Markt in die Bedarfsplanung integriert.

Um noch flexibler auf den Wandel reagieren zu können, rechtzeitig Talente und Leistungsträger für Schlüsselpositionen anwerben und intern qualifizierte Führungskräfte aufbauen zu können, wurde im Jahr 2012 die Planung um das **strategische Nachfolge- und Talentmanagement** ergänzt. Dieses wird im Jahr 2013 ausgerollt und hat das Ziel, die optimale interne Besetzung der wichtigsten strategischen Schlüsselpositionen mit geeigneten Nachfolgern sicherzustellen. Dazu wird eine durchgängig gepflegte Talente-Pipeline für Führungs- und Fachkräfte eingerichtet.

Zusätzlich zum Rollout des Führungskräfte-Entwicklungsprogramms L.E.A.D.E.R.S. wurde 2012 die **DOKA Qualifizierungsinitiative** gestartet, die vor allem die Geschäftsbereiche Sales, Operations und Engineering inkludieren soll und die fachbezogene Ausbildung

Die Eröffnung einer Logistikkreuzschiebe in Malaysia war ein wichtiger Beitrag zur kontinuierlichen Bestandsoptimierung im Bereich Production & Operations.

ins Zentrum rückt. Die Maßnahmen werden aus den Ergebnissen der Zielvereinbarungsgespräche abgeleitet und national, regional oder global durchgeführt.

Die Anfang 2012 abgeschlossene Mitarbeiterbefragung „**Great Place to Work**“ wurde im Geschäftsjahr 2012 bereichsweise ausgewertet, Maßnahmen wurden abgeleitet und in den einzelnen Bereichen umgesetzt.

Unter dem Motto „**Schauen wir auf unsere Gesundheit**“ haben im Zuge des Projekts „**VITAL – Fit at work by Umdasch Group**“ zahlreiche Mitarbeiterinnen, Mitarbeiter und Führungskräfte in 13 Gesundheitszirkeln für die Gesundheit relevante, positive Seiten der Arbeit angesprochen, gesundheitsbelastende Arbeitsanforderungen erhoben und gemeinsam nach Lösungen gesucht.

Die 500 erarbeiteten Maßnahmen wurden von externen Moderatorinnen der Niederösterreichischen Gebietskrankenkasse erhoben und der VITAL-Projektgruppe präsentiert. Die zuständigen Verantwortlichen sind nunmehr aufgefordert, die Umsetzung zu begleiten. VITAL bietet den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zudem zahlreiche Seminare und Workshops zu den drei Säulen Ernährung, Bewegung und Psyche an.

Informationstechnologie

Als Folgeprojekt der neuen Doka-Strategie war im Bereich **Informationstechnologie** im Geschäftsjahr 2011 eine neue **IT-Strategie** erarbeitet worden, die 2012 ausgerollt wurde: Das wichtigste Ergebnis daraus ist, dass die Corporate IT der zentrale Dienstleister für den gesamten Konzern ist.



Qualifizierte Fach- und Führungskräfte sind in Zukunft mehr denn je gefragt. Um flexibler auf den demografischen Wandel reagieren zu können, ergänzt das Nachfolge- und Talentmanagement nunmehr die strategische Personalplanung.

2012 wurde die Ausrollung des **64-Bit-Betriebssystems** für rund 2.000 Tipos-Anwender der Doka-Technik vorbereitet. Das Projekt soll mit Ende des Geschäftsjahres 2013 abgeschlossen werden. Gestartet wurde auch das Projekt **Intranet**, für das der Bereich IT die technischen Voraussetzungen schafft: Das Ziel ist, mit Jahresende 2013 eine lauffähige Version verfügbar zu haben. Im IT-Helpdesk wurde 2012 eine neue, webbasierte **Helpdesk-Software** eingeführt.

In der Umdasch Shopfitting Group hat die Abteilung Systems & Infrastructure an allen USFG-Standorten die Zuständigkeit für die IT-Infrastruktur übernommen. Mit dem Umsetzen der Strategie USFG 400 und der Verschmelzung von Umdasch Shopfitting Amstetten und Assmann Ladenbau Leibnitz waren etwa 250 Clients von Assmann auf den **Standard der Corporate IT** umzustellen. Alle Mitarbei-

terinnen und Mitarbeiter arbeiten seither mit dem Umdasch Business Desktop.

Ausblick

Mit dem Ausbau des weltweiten Vertriebsnetzes sowie der weiteren Regionalisierung des Produkt- und Dienstleistungsangebots hat die Doka Group 2012 wichtige strategische Weichenstellungen vorgenommen. Auf Basis dieser Investitionen, eines positiven Ausblicks für die lateinamerikanischen Länder, Nordamerika und die Regionen Ostasien & Pazifik, ist die Doka Group für das aktuelle Geschäftsjahr 2013 sehr zuversichtlich.

Doka
Group
Themen-
Special
Lotte
World
Tower



**Der Lotte World Tower in
Seoul: Wahrzeichen der
Doka-Highrise-Kompetenz.**

Mit seinen 555 m und 123 Etagen wird das höchste Gebäude Ostasiens der Skyline der südkoreanischen Hauptstadt ein ganz neues Profil geben, und seine konische Form und sein Aussehen werden von den wichtigsten Kulturtechniken des Landes geprägt sein: von der Keramik- und Porzellankunst und von der Kalligrafie. Ein Kunstwerk der Architektur ... und eine Kunst, es zu bauen. Doka hat mit ihrer innovativen Kletterschalungstechnik das Rennen um diesen prestigeträchtigen Auftrag gemacht. Höchste Wirtschaftlichkeit, Termintreue und Qualität sind gesichert.

Doka
Group
Themen-
Special

Lotte World Tower

Der Lotte World Tower: In Seoul, der Hauptstadt Südkoreas, wächst das künftig höchste Gebäude Ostasiens in den Himmel. Es wird mit seinen 555 m der Skyline ein neues Gesicht geben.

Sein konisches Design und seine ununterbrochene Krümmung sind von der koreanischen Keramik-, Porzellan- und Kalligrafiekunst inspiriert. Ein Kunstwerk also. Und eine Kunst, es zu bauen.

Der Lotte World Tower ist ganz der „Eleganz der Form“ verschrieben. An seiner Fassade werden hellgetöntes Silberglas und weißlackiertes Metall zu sehen sein. Einfach Superlative: Nach seiner Fertigstellung stehen 123 Etagen zur Verfügung – mit Geschäften, Büros, kleinen Apartments und mit einem Sieben-Sterne-Luxushotel. Die obersten zehn Geschoße mit Aussichtsplattform und Café auf der Dachterrasse sind öffentlich zugänglich. Der Auftraggeber, die Lotte Group, denkt aber auch ökologisch weiter: Fotovoltaik-Paneele sind ebenso integriert wie Windkraftanlagen, ein außenliegender Sonnenschutz und Systeme für die Nutzung des Regenwassers.

Mit der Aufgabe wachsen: Mensch und Technik klettern mit dem Fortschritt

Für die Schalung des mächtigen Stahlbetonkerns mit einer Bauhöhe von derzeit knapp über 200 m (Stand März 2013) setzt Doka auf Know-how, das sich schon bei vielen „Mega-Projekten“ bewährt hat: 132 SKE100-Automaten klettern in Kombination mit der Trägerschalung Top 50 vorausseilend jeweils 4,5 m nach oben: Betonierabschnitt für Betonierabschnitt. Weitere zwölf SKE100-Kletterautomaten geben für die drei Betonverteiler den Takt vor. Die acht 318 m hohen Vollquerschnitt-Mega-Columns an der Außenseite des Turms sorgen für zusätzliche Sicherheit und Stabilität. Hier sind 80 Einheiten des Selbstklettersystems SKE50 plus und die Trägerschalung Top 50 im Einsatz. Ab Frühjahr 2013 wird ein 20 m hoher Xclimb-60-Schutzschild die vollflächige Einhausung der jeweils obersten viereinhalb Geschosse ermöglichen. Dann können die Arbeiten vor Wind und Wetter geschützt verrichtet werden. Hier hat das Projektteam des Kompetenzzentrums für Selbstklettertechnik unter der Leitung von Stefan Jancker

und Richard Wimmer ein neues Konzept entwickelt, das der sich ständig ändernden Form der Gebäudegeometrie entspricht: Speziell für den Lotte World Tower wurde ein neuer, teleskopierbarer Schutzschild gebaut, der sich fast ohne Umbauten an die sich verjüngenden Gebäudeformen anpasst. Die Elemente können auf Breiten zwischen drei und fünf Meter justiert werden.

Multikulti im besten Sinn des Wortes: Alle helfen zusammen. Alles läuft bestens. Alles im Plan.

Markus Babinger ist Richtmeister auf der Baustelle des Lotte World Tower. Gemeinsam mit seinem koreanischen Richtmeister-Kollegen Jum-Gi Kim ist er für den reibungslosen Baufortschritt auf dieser Mega-Baustelle verantwortlich. Dass die beiden vor Ort gut und effizient arbeiten können, ist vor allem Senior Engineer Kyoung-Su Park zu verdanken. Er betreut das Projekt vor Ort im Doka-Baustellencontainer und koordiniert die Arbeiten zwischen Baufirma, Richtmeister und der Doka-Niederlassung in Korea. Für die effiziente Abwicklung der Planungsarbeiten am Gebäudekern, dem größten Bauteil des Turms, sorgte Ki-Yeon Hwang, technischer Leiter von Doka Korea, gemeinsam mit seinem engagierten Team. Für Materialfluss, -beschaffung und -verwaltung ist Sang-Hyun Lee, Doka Country Operations Manager von Korea, verantwortlich. Er tut das gemeinsam mit Gerald Haring, der ihn als Regional Operations Manager für die Region East Asia & Pacific von Singapur aus unterstützt. Die Logistik und vorausschauende Planung spielen eine zentrale Rolle: Die Teile, die aus dem Werk in Amstetten kommen, sind nach Seoul per Schiff sechs bis sieben Wochen lang unterwegs.

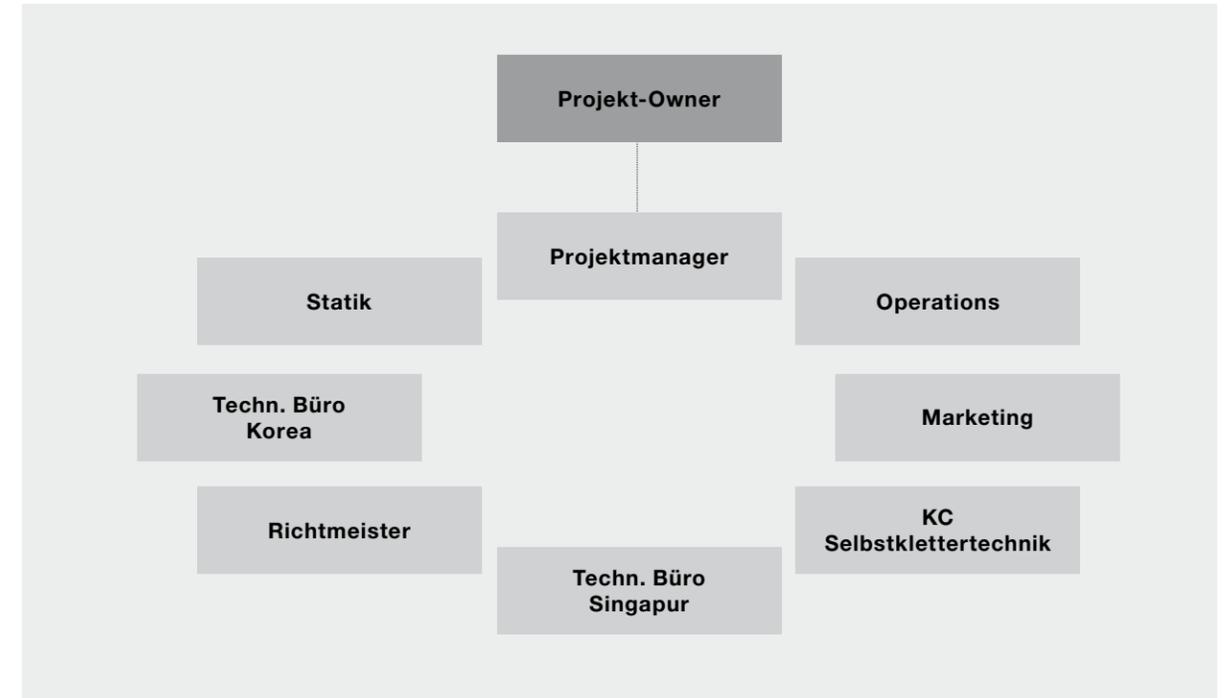
Projektmanager Klaus Eckstein kennt den Schlüssel zum Erfolg – es ist die Teamarbeit über alle fachlichen, hierarchischen, nationalen und persönlichen Grenzen hinweg: „Zeitweise haben mehr als 20 Kolleginnen und Kollegen aus Korea, Singapur und Österreich gemeinsam und gleichzeitig an diesem Projekt gearbeitet und individuelle Lösungen entwickelt. Das ist der Doka-Spirit. Wir machen aus Vielfalt Erfolge.“

Highrise with a view: Auftragswerk Zukunft

Klaus Eckstein ist Doka-Projektmanager am Lotte World Tower. Er kennt die Zusammenhänge und Herausforderungen aus eigener Erfahrung und weiß um die Bedeutung hervorragender Referenzen für das weitere Geschäft im Fernen Osten: „Eine perfekte Leistung am Prestigeprojekt Lotte World Tower ist die Eintrittskarte in den boomenden Highrise-Markt in Asien.“ Oder um es mit den Worten des Leiters der Doka-Landeszentrale in Korea, Jae Sung Choi, zu sagen: „Hier haben wir nicht nur hochfliegende Pläne, sondern auch alle Voraussetzungen und alle Chancen, um ganz oben an der Spitze der Highrise-Experten zu bleiben.“

Wie leitet man ein so großes und komplexes Projekt, das noch dazu tausende Kilometer von der Doka-Zentrale in Amstetten entfernt ist?

Mit einem Team, das nicht nur räumlich verteilt ist, sondern auch jene Kompetenzen gebündelt in sich vereint, die man für die Lösung der Aufgaben braucht. Vom Start weg waren nur wenige Kick-off-Meetings notwendig, um das Ganze in Schwung zu bringen. Das Day-to-Day-Business in den Abstimmungen wird dann zu einem großen Teil mit den digitalen Werkzeugen erledigt, die das Internet bereitstellt. Das Team ist das Wichtigste. Die Zeiten sind vorbei, da man als Projektmanager die Mitarbeiter wie einen Sack Flöhe hüten musste. Heute ist Professionalität oberstes Gebot. Weltweit.



Und wer schreibt das „Drehbuch“ für den reibungslosen Ablauf eines solchen Mega-Vorhabens?

Dabei haben wir unser professionelles Doka-Projektmanagement angewendet. Herzstück ist das Projekthandbuch, in dem alle wesentlichen Fakten festgelegt und dokumentiert werden. Das Drehbuch eben, das alle Sequenzen beinhaltet und am Ende das Gesamtwerk ausmacht. Den einzelnen Teams werden konkrete Arbeitspakete zugewiesen, die sie zeitgerecht abarbeiten. Das hat bis jetzt sehr gut funktioniert.

Wie kommt man als Unternehmen mit Firmensitz in Europa zu einem so großen Auftrag in Ostasien?

Das Projekt hat Jae Sung Choi, Projekt-Owner und Geschäftsführer von Doka Korea, akquiriert. Allein unser detailliertes technisches Angebot umfasst mehr als 180 Seiten. Doka war den Insidern in der Baudivision von Lotte schon bekannt, den Ausschlag zugunsten unseres Unternehmens hat aber sicher gegeben, dass wir durch starke Referenzen unsere Highrise-Spezialkompetenz unter Beweis stellen konnten. Unsere Arbeit am höchsten Gebäude der Welt, dem Burj Khalifa in Dubai, hat da sicher Überzeugungsarbeit geleistet. Wer unter diesen schwierigen Bedingungen sein Können bewiesen hat, wird auch das höchste Gebäude Ostasiens schaffen und sich damit auch für weitere Aufgaben empfehlen. Und unser Gesamtpaket aus Technik und Preis-Leistung hat natürlich auch gepasst.

Projektteam – Lotte World
Tower, Seoul



**Unterschiedliche Kulturen,
aber ein verbindender
Spirit: gemeinsam am
wachsenden Erfolg bauen.**

Der Lotte World Tower in Seoul ist nicht nur technisch eine große Herausforderung, sondern fordert und fördert auch Logistik und Kommunikation. Dieses engagierte „Learning by doing“ bringt nicht nur das Bauwerk voran, sondern lässt auch das Erfahrungswissen immer weiter wachsen. Die enge Zusammenarbeit zwischen Kyoung-Su Park, Senior Engineer Doka Korea, und dem Richtmeister Markus Babinger aus Österreich verkörpert, was Doka ausmacht: eine Alleinstellung durch ständiges Fragen und Lernen. Weltweit.



**Wer hoch hinaus will,
braucht ein starkes
Fundament: die Doka-
Schalungstechniker.**

Der Hochbausektor ist vor allem in China, Korea und Malaysia ein besonders rasch wachsender Markt. Auf diesem Spezialsektor sind gerade die Super-Highrise-Buildings mit über 300 m Gebäudehöhe für Doka ein besonders interessantes Betätigungsfeld: Hier sind nämlich Erfahrung, erprobte Lösungen und umfassende Dienstleistungen für den sicheren und reibungslosen Baufortschritt unerlässlich. Und Doka-Richtmeister wie Markus Babinger in Seoul sorgen dafür, dass auch in höchsten Höhen alles auf dem Boden der Realität bleibt und wie geplant wächst.

Welche Rolle hat bei diesem Projekt das Highrise-Center von Doka mit seinem technischen Leiter Michael Eder in Singapur gespielt?

Das Center war und ist ein kleines Stück „Doka-Markenheimat“, auch wenn es etwa zwölf Flugstunden von Österreich und sechs Flugstunden von Seoul entfernt ist. Denn das Bewusstsein, dass dort die Highrise-Kompetenz unseres Unternehmens verfügbar ist und jederzeit abgerufen werden kann, ist ein fachliches wie mentales Backup, das man gar nicht hoch genug schätzen kann. Es macht stark und selbstbewusst. In einem Land mit vielen kritischen Geistern ist das sehr wertvoll. Michael Eder und sein Team haben die sogenannten „Mega-Columns“ geplant und bei der Entwicklung der Schalungslösung für Gebäudekern und Schutzschild Know-how und Erfahrung eingebracht.

Die vielfältigen Einflüsse von Wind und Wetter beherrschen, Sicherheit gewinnen und Zeit sparen: Selbstkletterertechnik auf höchster Stufe

Die Selbstklettersysteme von Doka sind für den Einsatz am Lotte World Tower geradezu prädestiniert, weil diese „Königsklasse der Schalungstechnik“ idealerweise bei sehr hohen und windempfindlichen Bauteilen wie Pfeilern, Türmen und Pylonen eingesetzt wird. Der Kontakt zwischen Schalung und Bauwerk ist in jeder Phase des Kletterns gegeben, und die unvermeidlichen Windkräfte, die auf die Schalung einwirken, werden direkt in das Bauwerk geleitet. Die ständige Verankerung der Klettergerüste am Beton, breite und rundum geschlossene Arbeitsbühnen, die optimale Kontrolle über den Klettervorgang mittels Funkfernsteuerung und die Integration der Doka-Sicherheitstechnik garantieren, was gerade beim Lotte World Tower von zentraler Bedeutung ist: kurze Taktzeiten, höchste Flexibilität und größte Wirtschaftlichkeit.

Diese Rahmenbedingungen mit einer enormen Gebäudehöhe und somit extremen Windkräften stellen auch an die Statiker besondere Anforderungen. Josef Bierbaumer und sein Team haben sich dieser Herausforderung erfolgreich gestellt und sämtliche Selbstkletterschalungen in Abstimmung mit den verschiedenen Planungsteams und entsprechend den lokalen Normen sowie Richtlinien dimensioniert.

Doka
Group
Themen-
Special

**Lotte
World
Tower**

Scharfe Kost, großer Stolz und gute Freunde:
ein gutes Jahr Richtmeister am Lotte World
Tower in Seoul. Von Markus Babinger

Es ist ein schönes Gefühl, an einem so bedeutenden und schönen Bauwerk wie dem Lotte World Tower mitarbeiten zu können, und wir machen mit Leuten aus Korea, Singapur und Österreich einen wirklich guten Job. Für mich persönlich zählt aber die Erfahrung ganz besonders, dass man nicht auf Einzelleistung setzt, sondern auch andere Bräuche und Arbeitsweisen respektiert und „gemeinsam in die Hände spuckt“. Dass das geht, beweisen wir auf der Baustelle jeden Tag. Und man lernt auch selbst eine Menge dabei. Natürlich war die Verständigung am Anfang etwas schwierig, aber jetzt genügt schon ein Wort oder ein Kopfnicken, und jeder weiß Bescheid. Es sind gute Leute vor Ort, und die Bauarbeiter sind in Korea gut bezahlt und geachtet. Meine Kolleginnen und Kollegen erleben aber auch, wie viel wir von Doka für die Arbeitssicherheit tun. Der vom Projektteam eigens konstruierte Schutzschild ist Ausdruck dieser Fürsorge. Das geht weit über das übliche Maß hinaus und kommt sehr gut an. Es ist aber auch sehr wichtig, da in Seoul bei jedem Wetter gebaut wird und weil mit jedem zusätzlichen Höhenmeter Wind und Wetter immer stärker zu spüren sind. Der Turm soll 555 m hoch werden, der Termindruck ist groß. Da darf die Sicherheit nicht zu kurz kommen. Diese Haltung von Doka vertieft natürlich die freundschaftliche Zusammenarbeit. Unser Team hat dafür zu sorgen, dass das richtige Material zur richtigen Zeit am richtigen Ort ist und dass die vormontierten Schalungen just in time verfügbar sind. Wir haben zwar einen eigenen Doka-Container, aber das ganze Handling ist bei einem so riesigen Projekt mit sehr wenig Platz gar nicht so einfach. Außerdem muss die Qualität sichergestellt sein. Aber auch das Gemeinsame und Unterhaltsame nach der Arbeit kommen nicht zu kurz: Die koreanische Küche ist scharf, aber sehr lecker, und in der Zwischenzeit habe ich eine Menge Freunde gewonnen, mit denen ich viel Spaß habe.

Markus Babinger ist
Doka-Richtmeister
am Lotte World Tower
in Seoul.



Vancouver, Kanada. Eine Weltstadt mitten im Grünen. Ein Ballungsraum, der nicht der Natur abgetrotzt ist, sondern Kontakt mit ihr hält. Der Fraser River bringt jährlich 20 Millionen Tonnen Sedimente und schüttet neues Land auf. Es muss also nicht immer ein trennendes Entweder-oder sein. Zusammenleben und Vielfalt machen auf die Dauer alle stärker. **Unternehmen Zusammenleben.**

49.085112 Breitengrad.
-123.228836 Längengrad.



Mehr entdecken.

umdasch
shopfitting
group



Helmut Neher, Vorstandsmitglied der Umdasch AG und Vorsitzender der Geschäftsführung der Umdasch Shopfitting Group.

Was so ein Austausch mit kreativen Köpfen und Querdenkern wie auf dem Alpbacher Handels-Forum 2012 alles bewirkt! Inspiration, Motivation und die begründete Zuversicht, an vorderster Front der Entwicklungen zu stehen. Es sind ja die außergewöhnlichen Ideen, die uns wirklich voranbringen. Und nichts ist praktischer als eine gute Philosophie: Mit unserem neuen Claim „space for people“ haben wir nicht nur ein neues Versprechen formuliert, sondern auch unsere Arbeit neu kalibriert: mit dem Fokus auf die Menschen und auf die Bühnen, die ihnen der Handel der Zukunft bereiten muss. Die Kunden sind die Botschaft.

Umdasch
Shopfitting
Group
Vorwort

Die gewachsenen Stärken der beiden erfolgreichen Ladenbau-Unternehmen Umdasch Shopfitting und Assmann Ladenbau unter einer gemeinsamen Marke zusammenzuführen erfordert eine klare Ausrichtung, viel Feingefühl im Umgang mit Menschen und Werten und den ständigen Blick auf den Nutzen für die Kunden. Wir haben es geschafft. Und wir sind damit als Partner noch wertvoller geworden.

„In der Religion geht es oft darum, dass man in ein Paradies eintreten darf. Viele Läden sind ein Paradies der Genüsse, man sehnt sich als Käufer danach, ein Stückchen von diesem Paradies zu erwerben und dadurch daran teilzuhaben.“

Peter Sloterdijk auf dem
Alpbacher Handels-Forum
2012

Mehrwert in allem, was wir können: Ladenbau- und Branchen-Know-how durch Teamwork. Wenn Handelsunternehmen in mehreren Vertriebskanälen aktiv sind und sie diese dann auch noch optimal miteinander verknüpfen wollen, dann potenzieren sich die Möglichkeiten und die Anforderungen an die Lösungskompetenz des Ladenbauers enorm. Das ist die Herausforderung. Außerdem schließt das branchenspezifische Wissen um die „richtige“ Warenpräsentation inzwischen das Know-how bei der Wegeführung des Kunden ebenso ein wie die kaufmännische Optimierung und die hohe Schule des Visual Merchandising. Der ständige Wandel im Auftritt von Brands und Handelsunternehmen in aller Welt ist Ausdruck einer noch nie gekannten Lebendigkeit. Ladenbau ist zu einer Kunstform geworden. In ihr werden Einfühlungsvermögen, Design, das Erkennen von Mustern und Chancen, überzeugendes Storytelling, emotionale Schönheit und Wirtschaftlichkeit immer wichtiger: die Verbindung von Hightech und Hightouch. Bühnen für die Kunden und Räume für das Zusammenspiel von analogen und digitalen Welten. Das ständige Update digitaler Konzepte in Verbindung mit realen Ladenflächen und die enorme Geschwindigkeit, mit der neue Formate auf den Markt drängen, verkürzen die Lebens- und damit auch die Umbauzyklen. Zugleich nehmen die Konzentration und die Globalisierung im Handel weiter zu. Auch die Ergebnisse der Vertikalisierung des Angebotes in die Kompetenz- und Erlebnisfelder der Einkaufswelten sind einzubinden. Die neue Marke Umdasch Shopfitting steht für dieses themenübergreifende und ganzheitliche Ladenbau-Leistungsspektrum: für ein 360° Shopfitting. Spezialwissen, Überblick und weltweite Vernetzung bereichern die Branchenfelder „**Fashion & Style**“, „**Food & Care**“ und „**Home & Entertainment**“ mit Ideen und erstklassigen Lösungen immer schon weit vor dem Zeitgeist. Sehr inten-

siv setzt sich Umdasch Shopfitting mit den Interessen, Vorlieben und Verhaltensweisen künftiger Einzelhandelskunden auseinander. Deshalb wurde ein intergeneratives Projekt gestartet, das interessante Ergebnisse brachte: Die Läden der Zukunft werden kleiner und überschaubarer, dafür aber mehr Komfort und Erlebnis bieten und konsequent mit digitalen Tools wie dem iPad verknüpft sein.

**Vielfalt und Lebendigkeit organisieren:
Raum für Kreativität im Umdasch Innovation Circle**

Der Umdasch Innovation Circle ist eine interdisziplinäre und international besetzte Plattform im Rahmen der Umdasch Shopfitting Group, die aus drei Bereichen besteht und Innovationsprojekte initiiert und koordiniert – ein führender und schöpferischer Think-tank der Branche. Ein Expertenbeirat beschäftigt sich mit Retail, Retail-Architecture sowie Zukunfts- und Trendforschung. Es ist ein kreativer und interdisziplinärer Dialog und ein Brückenschlag zwischen Erfahrung, Expertise und Experiment. Hier kommen Partner aus der Praxis ebenso zu Wort wie freie Berater oder das Institut für Jugendkulturforschung. Und weil der Zeitpfeil nach vorne in die Richtung digitaler Welten zeigt, sind auch Spezialisten wie das weltweit renommierte Ars Electronica Center in Linz gefragte Ideen- und Impulsgeber „aus der Zukunft“.

Helmut Neher

Vorstandsmitglied der Umdasch AG, Vorsitzender der Geschäftsführung der Umdasch Shopfitting Group

UMDASCH
SHOPFITTING

 **Assmann**
Ladenbau

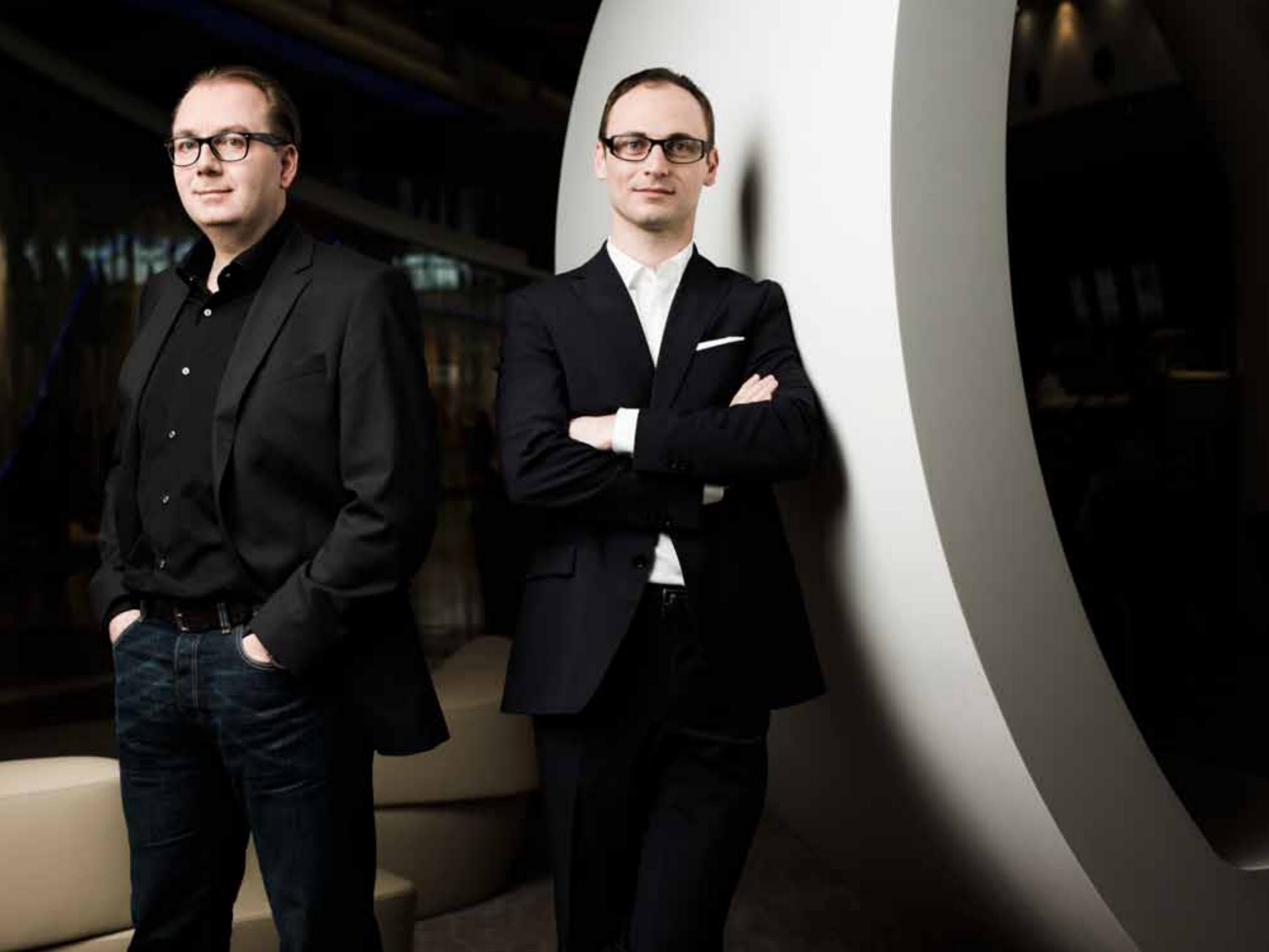
Besonders interessante Ideen und Projekte, die in Zusammenarbeit mit Universitäten und Fachhochschulen entstehen, werden mit dem Josef-Umdasch-Forschungspreis ausgezeichnet.



Kurt Schneider
Geschäftsführer der Ekazent Immobilienmanagement GmbH in Wien und für das G3 Shopping Resort verantwortlich

Michael Kuss
Bereichsleiter Bau- und Projektmanagement der Umdasch Shopfitting Group

„Wer ein Shopping Resort mit Wohlfühlqualität wie das G3 in Gerasdorf schaffen will, muss von Anfang an „good vibrations“ entwickeln. Das spart Energie und optimiert das Ergebnis. Unsere Zusammenarbeit hat sich bewährt. Wir haben's gemeinsam geschafft.“



Günther Berger
Brand Strategy Experte der
Shop Consult in Amstetten;
Mitglied des Umdasch
Innovation Circle

Bernd Albi
Senior Director Ars
Electronica Solutions, Linz;
Netzwerkpartner von
Umdasch und Mitglied
im Expertenbeirat des
Umdasch Innovation Circle

„Uns verbindet die Mission,
den Brückenschlag zwischen
digitalen und analogen Ein-
kaufswelten zu einer neuen
und spannenden Inszenie-
rungskategorie zu machen.
Erfolgreiches Multi-Channel-
Marketing braucht die besten
Links in beide Welten.“



Petra Böttinger-Barth
Bereichsleiterin Marketing
und Pressesprecherin der
Umdasch Shopfitting Group

Manuel Friedl
Stellvertretender Chefredak-
teur „Österreichische Textil
Zeitung“ (Manstein Verlag),
Medienpartner der Umdasch
Shopfitting Group

„Eine langjährige Zusammen-
arbeit, die dem Neuen eine
interessierte Öffentlichkeit
schafft: Das führende Textil-
Fachmedium Österreichs
macht den Wandel und den
Erfolg der Branche zum
Thema und bringt Ideen, wie
man sich auf die Zukunft
optimal einrichtet.“



Christian Mikunda
Film- und Fernseh dramaturg und Vordenker; leitet gemeinsam mit seiner Frau Denise Mikunda-Schulz das Wiener Beratungsunternehmen CommEnt; Referent der Umdasch Shop Academy; Scout weltweiter und spektakulärer Shop-Expeditionen

Sonja Scheidl
Leiterin Umdasch Shop Academy

„Strategische Inszenierung hat für viele Laden-Regisseure in der Umdasch Shop Academy begonnen. Aber unser Lehrsaal ist die ganze Welt.“



Thomas Köck
Geschäftsführer Expansion
dm drogerie markt; Ge-
schäftsführer dm Bulgarien
und Regionalverantwortlicher
für die Filialen in Kärnten und
Salzburg; langjähriger Kunde
bei Assmann Ladenbau (jetzt
Umdasch Shopfitting)

Stefan Kaltenböck
Vertriebsleiter Umdasch
Shopfitting Österreich

„Expansion braucht verläss-
liche Partner, die mitdenken
und auch einmal improvisieren
können, die Termine halten
und Verständnis haben für
Identität und Style. So ver-
stehen wir einander sehr gut.
Seit Jahren.“

Umdasch
Shopfitting
Group
Lagebericht
2012

Umdasch Shopfitting Group

Ein Jahr der großen Weichenstellungen

Die Umdasch Shopfitting Group mit den Kernmarken Umdasch Shopfitting und Assmann Ladenbau hat 2012 einen Umsatz von 210 Millionen Euro erreicht, um eine Million Euro mehr als im Jahr 2011. Damit wurden die gesetzten Ziele nicht erreicht, zumal auch ein nur knapp positives Ergebnis realisiert werden konnte. Ursache dafür ist u. a. die neuerlich stark unterschiedliche Geschäftsentwicklung auf den einzelnen Märkten bzw. in den einzelnen Unternehmen der Gruppe. Die bei Umsatz und Ergebnis sehr erfreuliche Entwicklung auf dem wichtigen deutschen Markt konnte Rückschläge in anderen Regionen nicht kompensieren. Die ohnehin schon bekannten saisonalen Schwankungen im Ladenbau-Geschäft haben uns, mit einer außerordentlichen Spitze im Herbst, über das normale Maß hinaus zu schaffen gemacht.

Hinter den Kulissen wurden 2012 jedoch weitreichende strategische, organisatorische und personelle Weichenstellungen vorgenommen, die eine zügige Umsetzung der ehrgeizigen Wachstumsstrategie sicherstellen sollen. Dazu zählt insbesondere die Zusammenführung der bisherigen Kernmarken Umdasch Shopfitting und Assmann Ladenbau zur neuen gemeinsamen Marke Umdasch Shopfitting ab 2013. Die neue Marke steht für ein ganzheitliches Ladenbau-Leistungsspektrum mit internationalem Aktionsradius in den Branchenkompetenzfeldern „Fashion & Style“, „Food & Care“ sowie „Home & Entertainment“. Die Konzentration der Metallfertigung auf den Standort Leibnitz, verbunden mit beträchtlichen Investitionen in die neuesten Fertigungstechnologien, ist ein weiterer Meilenstein der zukunftsorientierten Strategie.



Das Marktumfeld für die einzelnen Gesellschaften der Umdasch Shopfitting Group ist nach wie vor turbulent. Der Einzelhandel in West- und Mitteleuropa stagniert auf gutem Niveau. Allerdings kommt es zu beträchtlichen Verschiebungen innerhalb der einzelnen Vertriebskanäle. Onlineanbieter verzeichnen nach wie vor zweistellige Zuwachsraten. Viele dieser international tätigen Player (Amazon, Zalando und Co.) arbeiten zwar noch immer ohne Gewinn, saugen aber mit ihren Umsätzen große Volumina vom Markt ab. Branchen wie der Buchhandel und die Unterhaltungselektronik, zunehmend auch der Schuhhandel, der Sporthandel und weitere Zweige, sind von dieser Entwicklung besonders betroffen. Die „Flucht aus der Fläche“ setzt sich fort und wird plakativ in unseren Einkaufsstrassen und Shopping-Centern sichtbar. Die Ära der riesigen Ankermieter gehört der Vergangenheit an, statt großer Flächen sind heute große Namen gefragt.

Zahlreiche Handelskonzerne arbeiten derzeit mit Hochdruck an der Optimierung ihres Vertriebskanal-Portfolios. Sie verknüpfen die Aktivitäten der einzelnen Kanäle und werden zu sogenannten Cross-Channel-Playern. Unternehmen, die bisher nur im stationären Ladengeschäft tätig waren, setzen zusätzlich auf Onlineportale. Umgekehrt starten die großen Onlineprofis mit stationären Läden, um so flächendeckend Präsenz zu zeigen.

Durch diese spannende Entwicklung ändern sich auch Gestalt und Inhalt der Läden. Das spüren auch die Ladenbau-Unternehmen. Der große Flächenboom ist vorbei. Auf der anderen Seite ist mehr Vielfalt gefragt, die „Halbwertszeit“ der einzelnen Konzepte wird kürzer. Es entstehen permanent neue Geschäftsmodelle und Formate. Damit sind auch große Chancen verbunden. Umdasch Shopfitting hat sich mit seinem aktuellen

An der Entwicklung des Neuauftritts von Reno Schuhe war Umdasch Shopfitting maßgeblich beteiligt. Eingerichtet wurde in der Folge u. a. das Projekt im Shopping-Center Seiersberg bei Graz.

Leistungsportfolio, getragen von Profis aus verschiedenen Disziplinen, konsequent an diesen Anforderungen ausgerichtet. Das ist auch ein Gebot der Stunde, denn Wettbewerb und Preisdruck bei Ladeneinrichtungen sind auf allen Märkten enorm.

Die großen Retailer und Brands setzen bei der Gestaltung ihrer Läden mehr denn je auf markenspezifische Architektur und Kulissenbau, garniert mit stimmigen Milieurequisiten. Ladenbau-Systeme, wenn überhaupt vorgesehen, werden für die jeweilige Marke adaptiert und im Design variiert. Bei den Bauherren sind zunehmend Generalunternehmer oder Baumanagement-Partner gefragt, die meist unter hohem Termindruck komplexe Aufgaben lösen. Immerhin gilt es, Gewerke wie Portal- und Fassadengestaltung, Außenwerbung, Sicherheitstechnik, Boden, Decke, Klima, Trockenbau, Malerarbeiten, Beleuchtung, Elektroinstallation, Haustechnik, Ladenbau u. a. punktgenau zu koordinieren. Ladenbau-Unternehmen werden mehr und mehr auch zu Logistik-Partnern des Handels. Vor allem für international tätige Marken und Filialisten ist das termingerechte und reibungslose Ausrollen ihrer (neuen) Konzepte, nicht selten dutzende oder hunderte innerhalb kurzer Zeit an verschiedenen Standorten, eine wesentliche Anforderung.

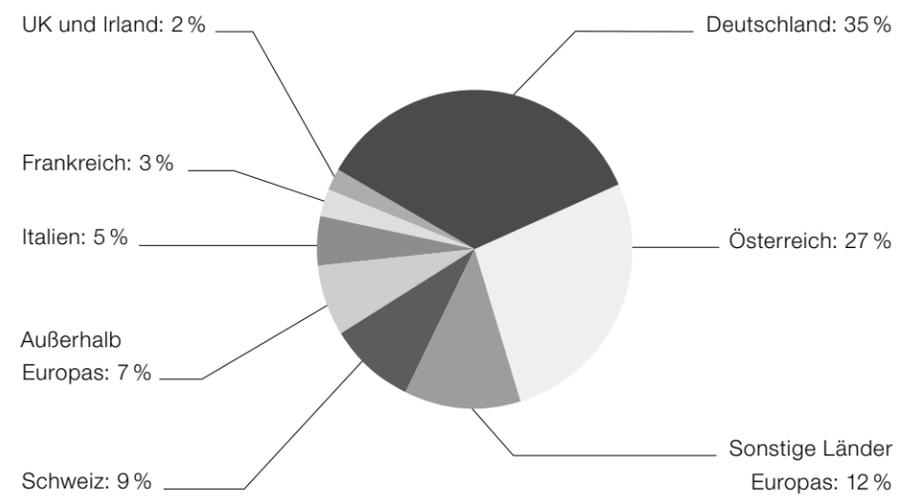
Solche Herausforderungen kennt man bei Umdasch von zahlreichen großen Kunden. Nachdem Klarheit über Shop-Design und Verkaufsmöbel geschaffen wurde, gilt es vorerst, gemeinsam die individuell besten Fertigungs- und Beschaffungsmöglichkeiten herauszufinden. Häufig werden Möbel und Einrichtungsteile dann in eigens von uns aufgebauten Lagern zwischengelagert, um auf Knopfdruck für die Rollout-Phasen verfügbar zu sein.



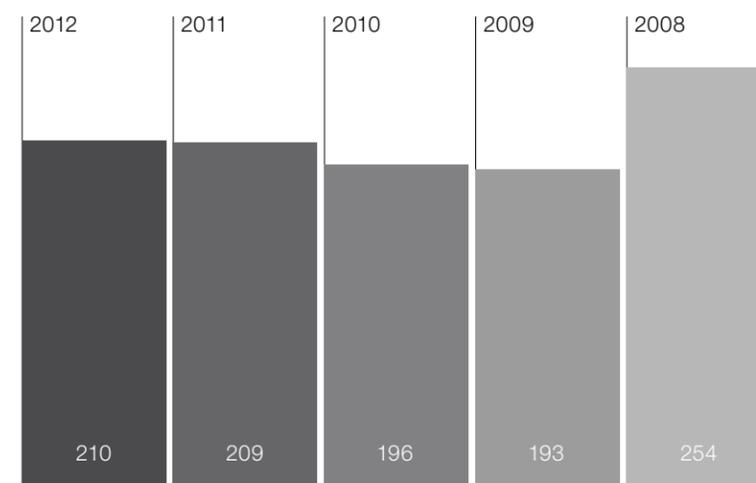
Simplifiziert dargestellt, besteht das Rollout dann aus dem Abarbeiten einer Liste mit Standorten und Eröffnungsterminen mit den finalen Montagen vor Ort. Dabei sind natürlich die standortspezifisch relevanten Sicherheits- und Rechtsvorschriften zu beachten. In dieser „Champions League des Ladenbaus“ ist die Luft schon recht dünn, nur wenige Player beherrschen dieses Spiel auf höchstem internationalem Niveau. Schön, dass Umdasch Shopfitting da ganz vorn dabei ist.

Das Londoner Unternehmen Molton Brown bezeichnet sich als „Bath, Body & Beauty Connoisseur“. Es stellt höchste Ansprüche an die Wirksamkeit seiner Produkte ... aber auch an die Ladeneinrichtung. Sie kommt von Umdasch.

Aufteilung des konsolidierten Umsatzes der Umdasch Shopfitting Group nach Ländern



Konsolidierter Umsatz der Umdasch Shopfitting Group in Millionen Euro





Bei Lodenfrey in Bad Ischl hat Umdasch Shopfitting seine umfangreiche Leistungspalette durchgehend unter Beweis stellen können: Von der Konzeption, über die Planung bis hin zur Fertigung, Lieferung und Montage der Ladeneinrichtung.

Umdasch Shopfitting Amstetten hat 2012 den erfreulichen Vorjahresumsatz noch einmal knapp übertroffen. Das geplante Ziel wurde aber weder beim Umsatz noch beim Ergebnis erreicht. Dennoch konnte die Position auf dem von großen Playern recht ausgedünnten österreichischen Heimmarkt gut behauptet werden. Das liegt z. B. an schönen Aufträgen von Rollout-Kunden wie Reno Schuhe (neues, von Umdasch entwickeltes Ladenkonzept), Sportalm und Wolford. Die Shop-in-Shop-Möbel für diese Vorarlberger Top-Marke gehen mittlerweile von Amstetten aus rund um die Welt. Auch die kanadische Schuh- und Ledermarke Aldo wird ausgehend von Amstetten in ganz Europa versorgt. So wurde zum Beispiel der Aldo Flagship-Store an der Londoner Oxford Street beliefert.

Die A1-Shops, Reiter Betten und Vorhänge sowie zahlreiche Jet-Tankstellen-Shops sind weitere prominente Namen auf der Kundenliste des Jahres. Vom Referenzwert in der Modebranche von wesentlicher Bedeutung ist das Projekt Lodenfrey in Bad Ischl, das 2012 vollumfänglich – vom Konzept über Planung bis zum Baumanagement und Ladenbau – realisiert werden konnte. Der Trend zum Komplettanbieter wird sehr deutlich auch im Einkaufszentrum G3 in Gerasdorf bei Wien sichtbar, wo Umdasch und Assmann bei mehreren Projekten für „Ladenbau aus einer Hand“ verantwortlich zeichneten.

Weiterhin gut im Geschäft ist Umdasch Shopfitting im internationalen Travel-Retail-Business. Für einen der internationalen Marktführer, die Gebrüder Heinemann in Hamburg, haben wir 2012 neuerlich eine Reihe sehenswerter



Im A1-Shop im G3 in Gerasdorf wird Dienstleistungs-kompetenz plakativ sichtbar gemacht. Umdasch Shopfitting hat an diesem eindrucksvollen Auftritt wesentlich mitgewirkt.

Projekte eingerichtet. So etwa in Oslo, Stavanger, Frankfurt/Main und Berlin (die Eröffnung dieses Großflughafens steht allerdings noch immer auf Stand-by). Das wohl exotischste Airport-Projekt des Jahres war jenes am Flughafen Panama in Mittelamerika.

Wegen der regionalen und kulturellen Nähe wird seit 2012 der südbayrische Raum von Amstetten aus betreut. Diesbezügliche Marketing-Aktivitäten haben erste Erfolge gezeigt. Strategisch wesentlich bedeutender ist jedoch, dass ab 2013 der Vertrieb der neuen gemeinsamen Marke Umdasch Shopfitting in Österreich auf die Standorte Leibnitz und Amstetten fokussiert ist.

Der wichtige und stark umkämpfte deutsche Markt wird bei Umdasch Shopfitting von **Umdasch Shopfitting in Neidenstein** bei Heidelberg sowie

von der Firma **Jonas in Oberhausen** betreut. In Summe war 2012 nach 2008 das bisher erfolgreichste Jahr für Umdasch Shopfitting Deutschland. Die Umsätze konnten um rund ein Drittel gesteigert werden, und auch die Ergebnisse haben mit dieser positiven Entwicklung Schritt gehalten.

Über die erstklassige Betreuung bestehender Kunden hinaus konnten in diesem Jahr zusätzlich die Früchte einer sehr konsequenten Neu- und Zielkundenakquise geerntet werden. Auch das in Oberhausen angesiedelte Consultant-Team hat durch seine Kreativität und Flexibilität einmal mehr einen wichtigen Beitrag zum Erfolg geleistet. Diese Retail-Profis haben sich zusammen mit ihren Kollegen in der Schweiz und in Österreich auch zu absoluten Spezialisten für internationale Rollout-Planungen entwickelt.



Über die Mode hinaus beherrscht Umdasch Shopfitting auch in anderen Branchen die Hohe Schule des Visual Merchandising. Das wird zum Beispiel beim Projekt Zwilling in München sichtbar.

Das erstklassige Kundenportfolio von Umdasch Shopfitting Deutschland, bestehend aus namhaften Brands wie dem Dänischen Bettenlager, Globetrotter, NKD, s.Oliver, Mexx, Esprit und dem drogeriemarkt konnte 2012 um hochkarätige Marken wie Gerry Weber, Maurice Lacroix, Zwilling und Philipp Plein erweitert werden.

Neben dem Tagesgeschäft wurde auch an der Organisation und der Optimierung von Prozessen gefeilt. Die Realisierung des neuen Logistikzentrums in Neidenstein konnte trotz baulicher Herausforderungen im Kostenplan umgesetzt werden. Seit November 2012 sind Kontingentartikel unserer Top-Kunden dort gelagert und auslieferungsbereit. Insgesamt verfügt der Standort Neidenstein damit über eine Lagerfläche von etwa 7.500 m². Positive Impulse setzt auch das Baumanagement, das sich insbe-

sondere bei der effizienten Abwicklung von Projekten für Esprit und das Schuhhaus Dielmann bewährt hat.

Mit der Zusammenführung der Marken Umdasch Shopfitting Deutschland und Assmann Ladenbau Deutschland wurden die Voraussetzungen für eine reibungslose Umsetzung der Einmarken-Strategie ab 2013 geschaffen. Der neue Kompetenzbereich „Food & Care“ ist auf jeden Fall inklusive Projektmanagement startklar. Und mit Globus-SB-Warenhäuser wurde auch gleich ein erster Neukunde akquiriert.

Nach wie vor nicht nach Wunsch läuft es in der Schweiz. Auch 2012 musste die **Umdasch Shopfitting in Oberentfelden** einen Umsatzrückgang von rund 20 Prozent sowie ein negatives Ergebnis hinnehmen. Der Schweizer Detailhandel steht nach wie vor im Bann des hohen Franken-Kurses und des

Umdasch
 Shopfitting
 Group
**Lagebericht
 2012**

Branchen, Märkte und Projekte

Mit der Einrichtung der White Lounge für die Firma Zoro in Zürich-Wallisellen hat Umdasch Shopfitting Schweiz einen „Traum in Weiß“ realisiert.



damit verbundenen Einkaufstourismus in den Nachbarländern. Dementsprechend zurückhaltend wird investiert. Die neue Geschäftsführung der Umdasch Shopfitting Schweiz hat darauf mit einer Reorganisation des Unternehmens sowie mit einer intensiven Neukunden-Akquisition reagiert. Gleichzeitig mussten wegen des gesunkenen Umsatzes teilweise schmerzliche Sparmaßnahmen umgesetzt werden. Neben zahlreichen schönen Einzelaufträgen zählten 2012 Brands wie Swisscom, Hugo Boss und Bernina zu den tragenden Säulen im Kundenportfolio. Vor allem die zahlreichen und international vielbeachteten Projekte für den 2011 gewonnenen Kunden Swisscom hielten das Projektteam gehörig in Atem. Den langjährigen Kunden Hugo Boss konnten wir weiterhin bei seiner weltweiten Expansion begleiten. Und auch das Swissmade-Projekt Bernina hat über die Grenzen der Schweiz hinaus für Furore

gesorgt. Sehr erfreulich außerdem, dass die Neukunden-Akquise bereits zu einem ersten Erfolg beim renommierten Unternehmen Vögele Shoes geführt hat.

Die insgesamt sehr uneinheitliche Geschäftsentwicklung bei Umdasch Shopfitting im Jahr 2012 wird auch beim Resümee zur Geschäftseinheit **Growth Markets** deutlich. Darin sind insbesondere die Marktaktivitäten in UK und Irland, Italien, Frankreich sowie Middle East zusammengefasst.

In **UK und Irland** wurde trotz eines Umsatzrückganges von mehr als 20 Prozent ein einigermaßen akzeptables Ergebnis erreicht. Deutliche Umsatzeinbußen mussten wir auch in **Frankreich** hinnehmen. Umso erfreulicher, dass dank guter Margen und konsequenten Kostenmanagements ein sehr gutes Ergebnis eingefahren wurde.

Die gelockerte Einzelpräsentation der Modelle macht deutlich, auf welchem hohen Niveau hier Mode präsentiert wird. Gesehen in der Suite 341 in Paris, ausgestattet von Umdasch Shopfitting Frankreich.



Genau umgekehrt verhält es sich in **Middle East**. Der Großauftrag zur Einrichtung der Travel-Retail-Flächen am neuen Terminal des Dubai Airport hat uns zwar ein gewaltiges Umsatzplus beschert, dem steht allerdings ein unbefriedigendes Ergebnis gegenüber.

Ein Sorgenkind bleibt der italienische Markt. Die labile wirtschaftliche Lage des Landes hat längst auch das Investitionsverhalten des Einzelhandels negativ beeinflusst. So musste bei **Umdasch Shopfitting Italien** ein Umsatzrückgang von rund 30 Prozent hingenommen werden. Trotz bedeutender Fixkosteneinsparungen, guten Deckungsbeitrags und professionellen Forderungsmanagements ist es nicht gelungen, den Umsatzeinbruch ergebnismäßig wettzumachen. Das angespannte Preisniveau, die sinkende Zahlungsmoral und saisonale Schwankungen haben sich wie ein roter

Faden durch das Geschäftsjahr gezogen. Mit dem Fokus auf hochwertige Marken, zusätzlicher Wertschöpfung im Bereich Baumanagement sowie der konzentrierten Neuausrichtung des Projektmanagements sollte sich das Blatt aber schon bald wenden.

Allen Schauplätzen der „Growth Markets“ gemeinsam sind die erstklassigen Referenzen für die Marke Umdasch Shopfitting. So konnte in UK die langjährige Zusammenarbeit mit dem US-Sportartikelgiganten Nike erfolgreich fortgesetzt werden. Als herausragende Projekte sind in diesem Zusammenhang Glasgow und Stratford City zu nennen. Auch die renommierte Marke Volcom wurde bei ihren Aktivitäten begleitet – illustre Destinationen waren dabei u. a. Barcelona, München, Chamonix und Les Deux Alpes. Neue Konzepte haben wir für Molton Brown in UK und

Deutschland sowie für den irischen Lokal-Hero Arnott's realisiert. Den ersten UK-Store haben wir für das bekannte Schmuck-Label Thomas Sabo in Nottingham ausgestattet. Besonders bemerkenswert ist auch unsere Arbeit für den Kosmetik-Konzern L'Oréal bzw. dessen Marken Lancôme und Yves Saint Laurent. Bei diesen Shops, die u. a. in noblen Häusern wie Harvey Nichols, Debenhams und House of Fraser platziert wurden, sind wir neben der Design-Implementierung für die Fertigung und die Montage entsprechend den Merchandising-Vorgaben verantwortlich.

Trotz einer gewissen Investitionszurückhaltung hat Umdasch Shopfitting Frankreich eine Reihe von Stammkunden bei ihren nationalen und internationalen Aktivitäten als professioneller Ladeneinrichter begleitet und dabei vor allem durch eine sehr effiziente Abwicklung

gepunktet. Genannt werden können Namen wie DPAM, De Fursac, Eres, SMCP, American Vintage und CDC. Mit Petit Bateau und Chantelle's Group finden sich außerdem zwei interessante neue Namen auf der Kundenliste. Umdasch Shopfitting Italien war 2012 erfolgreich für Brands bzw. Filialisten wie Thun, Scarpamondo/Nero Giardini, Chervó, Full Style und Pal Zileri tätig. Just in time bedient wurden auch Südtiroler Platzhirsche wie Oberrauch, Pfiff Toys, Athesia und das Meraner Schuhhaus Caligula. International höchsten Referenzwert hat zweifellos die Einrichtung der 10.000 m² großen Shopping-Landschaft am neuen Terminal 3 des Flughafens Dubai. Dieser Terminal ist für die Abfertigung der Mega-Flugzeuge Dreamliner (Boeing 787) und A380 konzipiert worden. Einen ähnlich großen Auftrag hat Umdasch Shopfitting Middle East in Doha an Land gezogen, auch hier ist die Shopping-

Caligula hat sich als der Schuhsalon der Kurstadt Meran positioniert und spricht gleichermaßen Einheimische wie Touristen an. Shopfitting by Umdasch!



Der Spar Gourmet ist eines der Glanzstücke der Shopping-Area am neuen Check-in 3 des Flughafens Wien. Assmann Ladenbau war an der Realisierung dieses Projekts wesentlich beteiligt.

Zone am neuen Airport einzurichten (derzeit in Realisierung). Ein weiteres sehenswertes Umdasch-Referenzprojekt ist mit dem neuen Flagship-Store von Paris Gallery in Riad (Saudi-Arabien) entstanden.

Assmann Ladenbau Leibnitz hat sich 2012 in einem schwierigen Marktumfeld zwar passabel behauptet, dennoch wurden die Umsatz- und Ergebnisziele verfehlt. Das liegt an mehreren Faktoren. Gleich zu Jahresbeginn musste die Insolvenz des Großkunden Schlecker verkraftet werden. Aber auch andere Großkunden investierten im ersten Halbjahr nur zögerlich, um schließlich in einem turbulenten Herbst alles aufholen zu wollen. Diese enormen Schwankungen waren die eigentliche Herausforderung des Jahres. Dass in der heißen Phase im vierten Quartal alle Kunden voll beliefert und zufriedengestellt werden konnten,

spricht für die Leistungsfähigkeit und Flexibilität des Unternehmens.

Die Zahl und die Qualität der realisierten Kundenprojekte sprechen für sich. Über die Abteilung „shop design“ konnten mehr als 100 Planungsaufträge ausgeführt werden. Für die Großkunden REWE International, REWE Deutschland, dem drogeriemarkt und Spar/Interspar wurden im Jahr 2012 über 700 Projekte verwirklicht – von REWE-City-Märkten in Deutschland über Projekte für dm in Serbien bis hin zum SPAR Gourmet im Check-in 3 am Flughafen Wien.

2012 gilt aber auch als Jahr der Veränderungen, zumal durch die neue Marken-Strategie mit Assmann Ladenbau eine der stärksten Ladenbaumarken Europas in die neue, gemeinsame Marke Umdasch Shopfitting integriert wird. An der Zusammenführung wurde intensiv

gearbeitet, insbesondere auch mit einer sensiblen Kunden-Kommunikation. Die Tugenden der Marke Assmann sollen jedenfalls auch unter dem neuen Dach von Umdasch Shopfitting gepflegt werden.

Organisation, Fertigung, Beschaffung, Produkte

Im Zuge der konsequenten Strategie-Umsetzung wird ab 2013 aus den Firmen Umdasch Shopfitting und Assmann Ladenbau ein gemeinsames Unternehmen mit der Firmierung Umdasch Shopfitting. Das Jahr 2012 stand ganz im Zeichen der Entwicklung der gemeinsamen neuen Marke, die alle Kompetenzen des Ladenbaus branchenübergreifend in sich vereint.

Die neue rechtliche Struktur der Umdasch Shopfitting Group sieht vor,

dass unterhalb der Umdasch AG eine neue Shopfitting-Obergesellschaft, die Umdasch Shopfitting Group GmbH mit Sitz in Amstetten, agiert. Sie ist die Muttergesellschaft der operativen Gesellschaften der Umdasch Shopfitting Group. Die operative österreichische Gesellschaft von Umdasch Shopfitting ist die Umdasch Shopfitting GmbH mit Sitz in Leibnitz. Als wesentliche personelle Weichenstellung in diesem Zusammenhang folgt mit Mai 2013 Herr Mag. Silvio Wolfgang Kirchmair Herr Dipl.-Vw. Helmut Neher als für den Shopfitting-Bereich verantwortlicher Vorstand der Umdasch AG sowie als Geschäftsführer der Umdasch Shopfitting Group GmbH. Helmut Neher tritt in die Geschäftsführung der Umdasch Shopfitting GmbH Neidenstein, von wo aus der wichtige Wachstumsmarkt Deutschland bearbeitet wird, ein.

Ein weiterer Meilenstein ist die Konzentration der Metallfertigung auf den Standort Leibnitz. Nach der Schließung der Produktionsstätte Budweis wurde bis Jahresmitte 2012 die Übersiedlung wesentlicher Produktionseinrichtungen in die neu errichtete Fertigungshalle in Leibnitz abgeschlossen. Übersiedelt wurden u. a. Großanlagen wie ein automatisches Blechlager, eine Stanz-Nibbelmaschine, Flachbettlaser und Abkantpressen. Im Zuge dieser Großinvestition wurde auch ein neuer Sozial- und Bürotrakt errichtet (vier Etagen zu je 500 m² Nutzfläche). Am Holzfertigungsstandort Gleinstätten wurde die erste Kantenanleimmaschine unseres Fertigungsnetzwerks, die mit Lasertechnologie ausgestattet ist, in Betrieb genommen. Mit dieser Technologie sind fugenlose Kantenbilder realisierbar und somit höchste Qualitätsansprüche erfüllbar. Die neu installierte gruppenweite Fertigungssteuerung schafft ein hohes

Maß an Transparenz hinsichtlich der verfügbaren Kapazitäten.

Ebenfalls unserer Strategie folgend, haben wir unseren strategischen Einkauf neu aufgestellt. Die Organisation wurde personell verstärkt, um die aktuellen qualitativen und preislichen Anforderungen aus Rohstoffeinkauf und Projekteinkauf flexibel zu erfüllen. Die Aktivitäten konzentrieren sich auf die Regionen Osteuropa und Asien. Mit diesen beiden Beschaffungsmärkten können wir in Kombination mit unserem leistungsfähigen Eigenfertigungsnetzwerk ein ausgewogenes Beschaffungsportfolio darstellen. Bereits im ersten Jahr konnten die erzielten Einsparungen den getätigten Aufwand kompensieren.

In der gruppenweit neu positionierten Produktentwicklung wurde ein richtungsweisendes Technologieservice – eine

Art gruppeninterne Beratungsstelle für Materialien, Technologien und Konstruktionsdetails – integriert. Diese Organisationseinheit stellt die Basis für noch ausgereifere technische Lösungen in der Umdasch Shopfitting Group dar. Auf Produktebene wurde das System BasiXX weiterentwickelt. Diese Standardartikel stehen mit anderen Grundsystemen der gesamten Umdasch Shopfitting Group zur Verfügung.

CD-Relaunch, Marktkommunikation, Umdasch Shop Academy

„Mit den gebündelten Kompetenzen können wir zum einen die zunehmend branchenübergreifenden Anforderungen des Handels besser erfüllen, zum anderen wird diese Einmarken-Strategie unsere ehrgeizigen Expansionspläne beflügeln“, so Umdasch-Ladenbau-Vorstand Helmut

Neher bei der Präsentation der neuen gemeinsamen Marke gegenüber der Presse. Die Entwicklung dieses neuen Marktauftritts war 2012 eine riesige Herausforderung für das Marketing. Für die in ihrer Zusammensetzung einzigartigen Leistungsbereiche – Shop Consult, Shop Project, Shop Systems und Shop Academy – wurde die Idee des 360° Shopfitting kreiert, trefflich unterstützt vom Claim „space for people“. Bereits zum Jahreswechsel standen zahlreiche Werbemittel und Sujets im neuen Kleid, darunter die neue Unternehmensbroschüre und eine neue Anzeigenlinie, zur Verfügung. Und auch der neue Onlineauftritt unter www.umdach-shopfitting.com wurde pünktlich an den Start gebracht.

Ausführliche Reportagen über den Schuhhandel sowie über den Sporthandel standen im Mittelpunkt der Ausgaben



111 und 112 von SHOP aktuell, dem internationalen Magazin von Umdasch Shopfitting. In den SHOP-Talks standen der Philosoph Peter Sloterdijk sowie die Handelslegende Richard Engelhorn Rede und Antwort. Weitere große Themenbeiträge beschäftigten sich mit „Der Renaissance der Mitte“, der Wirkung von Farben im Shop-Design und den Trends in der LED-Beleuchtung. Über internationale Trends wurde aus New York und Buenos Aires berichtet.

Die Umdasch Shop Academy hat 2012 mit neuen Formaten bereichert. So werden die stark nachgefragten Visual-Merchandising-Seminare über den Modereich hinaus nun auch in anderen Branchen angeboten. Der in Hamburg gestartete Versuch, die Umdasch-Shop-Academy-Foren künftig mit Design-Foren zu ergänzen, ist vollauf gelungen, weshalb diese Idee bereits in Wien

mit großem Zuspruch weitergeführt worden ist. Die schon traditionelle Shop-Expedition „Laden-Dramaturgie LIVE!“ mit Dr. Christian Mikunda führte 2012 nach New York. 25 Händler aus Österreich, Deutschland und der Schweiz folgten dem Ruf in den Big Apple. Abgeschlossen wurden die Vorbereitungen für die 2013 stattfindende globale Shop-Expedition „In 18 Tagen um die Welt“.

Das Highlight der Veranstaltungen der Umdasch Shop Academy war aber das Internationale Alpbacher Handels-Forum, das zum dritten Mal unter dem Titel **„Die Kunst der Inszenierung“** mitten in der Tiroler Bergwelt über die Bühne ging. Vor einer kitschig schönen Herbstkulisse war es eine Veranstaltung auf höchstem Niveau mit hochkarätigen Vorträgen aus der Welt der Inszenierung. Dabei kristallisierte sich heraus, dass Läden im beinhalten Wettbewerb der Formate und



Kanäle zu Theatern der Gefühle werden. Ans Podium traten u. a. der Philosoph Peter Sloterdijk, der Museumsmacher Max Hollein, Pater Karl Wallner und der Londoner Designer Ibrahim Ibrahim. Das Veranstaltungsteam wurde mit einer hervorragenden Bewertung durch die Teilnehmer belohnt.

Themenschwerpunkte der Ausgaben 111 und 112 des von Umdasch herausgegebenen Fachmagazins SHOP aktuell waren der Sporthandel, der Schuhhandel sowie das Internationale Alpbacher Handels-Forum.

Umdasch
Shopfitting
Group
Themen-
Special
Bühnen der
Einzigartigkeit

Die Alpen als Bühne: Einzigartigkeit à la nature. Im Herzen der Kitzbüheler Alpen und das schönste Dorf Österreichs; dem Namen nach eine „Ansammlung von Almen“, der Bedeutung nach aber schon traditionell ein Treffpunkt der Vordenkerinnen und Vordenker: Alpbach, die Heimat des Europäischen Forums.

Die Umdasch Shopfitting Group richtete hier Mitte Oktober 2012 bereits ihr drittes Internationales Handels-Forum aus. Die Natur hat die Bühne bereitet, die KUNST DER INSZENIERUNG machte Programm. Von der Philosophie über die Emotion bis zur Architektur des Besonderen und vom „public space“ zum Brandland – ein Zomen der Phantasie. **Unternehmen Einzigartigkeit.**

47.18395 Breitengrad.
11.8927 Längengrad.



Mehr entdecken.

Umdasch
Shopfitting
Group
Themen-
Special

Bühnen der Einzigartigkeit

Ladenbau ist Bühnenbau geworden. Eine komplette Toolbox für die Einrichtung begehrter Inszenierungen. Ein Parkett für das Angebot. Ein Hintergrund, vor dem sich Leben ereignet. Ein Regiepult für das Bespielen verschiedener Kanäle. Weil sich die Kunden nicht mehr verführt wissen wollen, treten sie selbst ins Rampenlicht: als Mitglieder des Ensembles. Als Darsteller.

Orientierung statt Beliebigkeit: Branchenkompetenz als Anker

Die Experten von Umdasch Shopfitting sind in Branchenteams organisiert und verkörpern Erfahrung mit Idee. Ihr Spezialwissen ist die beste Basis für unkonventionelle Lösungen, die die Kunden inspirieren, ohne sie zu verwirren: „Was interessiert, wird registriert.“

Die Branchenlösungen von Umdasch Shopfitting schaffen Erlebnisräume mit einer klaren und abgegrenzten Botschaft. Sie vermitteln emotional und informativ, was die Kunden ganz besonders suchen: Überblick, Zusammenhang, ein gut strukturiertes Angebot sowie Zeitersparnis und Entlastung bei ihrer Kaufentscheidung.

So ist jedes der drei Branchenkompetenzfelder von Umdasch Shopfitting eine gut strukturierte Themenwelt mit integrierter Navigation:

„Fashion & Style“ ... umfasst Mode, Schuhe/Leder, Sport, Warenhaus, Parfümerie, Uhren/Schmuck und Travel-Retail und betont folgende Know-how-Schwerpunkte: milieugerechtes Ambiente, Beweglichkeit, Flexibilität und ein professionelles Visual Merchandising.

„Food & Care“ ... bietet Produkte des täglichen Bedarfs in nicht alltäglicher Präsentation: (Nah-)Versorgung, Gesundheit, Schönheit, Convenience, Genuss und Frische. So wird beispielsweise mit dem Einsatz des innovativen Green und Smart Shelves nicht nur eine besonders individuelle Lösung ermöglicht, sondern auch eine bestimmte Haltung zum Ausdruck gebracht: die Bereitschaft, für die Gestaltung unserer Zukunft Verantwortung zu übernehmen. The medium is the message. Hier kommen vor allem Know-how-Schwerpunkte, Projekt- und Produktkompetenz sowie Erfahrung in der richtigen Platzierung von (Eigen-)Marken und Special-Interest-Produkten zum Tragen, wie sie in Reformhäusern, Apotheken, Tankstellen oder Convenience-Stores angeboten werden.

„Home & Entertainment“ ... bringt die Angebote von Buch/PBS, Unterhaltungselektronik, Elektro/Foto/Optik, Home & Living sowie Do-it-yourself (DIY) auf den Punkt. Hier müssen oft nicht nur sehr unterschiedlich große und schwere Produkte platziert und bewegt werden, sondern hier sind auch Online- und Cross-Channel-Angebote besonders häufig vertreten. Deshalb spielen hier die Kenntnis der technischen Entwicklungen, die Freude am Zusammenführen von digitalen und analogen Welten, Pioniergeist und „Leidenschaft für alles Digitale“ eine ganz besonders große Rolle.

„Es geht nicht mehr nur um die Präsentation der Waren, die ins rechte Licht gerückt werden sollen, sondern es muss ein begehrtes Kunstwerk entstehen.“

Peter Sloterdijk

Umdasch
Shopfitting
Group
Themen-
Special
**Bühnen der
Einzigartigkeit**

Umdasch Shopfitting ist enorm vielseitig:

**Leistungsmodule, die einander ergänzen oder auch für sich alleine sprechen:
Stark. Fokussiert. Professionell.**

Die Module des 360° Shopfitting wurden nicht willkürlich definiert, sondern sind aus der Praxis entstanden: als praktische und konkrete Antworten auf die Vielfalt der Anlässe, Gegebenheiten und Situationen, unter denen Ladenbau heute stattfindet. Die immer kürzer werdenden Intervalle von Konzeption, Einrichtung, Umbau und Adaption erfordern eine Dynamisierung des Ladenbauangebots. Das modulare System von Umdasch Shopfitting bietet den Kunden eine bedarfsgerecht angepasste und dadurch besonders wirtschaftliche und flexible Begleitung und Dienstleistung. Jedes Modul ist in sich abgeschlossen, praxisorientiert aufgebaut und auf den maximalen Nutzen für den Kunden ausgerichtet. Allen Modulen gemeinsam ist der Gewinn an Zeit und Freiraum für den Auftraggeber: die vierte Dimension für „Dritte Orte“.



Leistungsmodul Shop Consult:

Ganzheitliches Store-Branding durch praxisorientierte Experten

Was strategisch nicht angedacht ist, kann operativ nicht erzielt werden: Deshalb umfasst jedes Store-Branding die drei Kernmodule Concept, Design und Planning: Concept analysiert und bildet das Briefing für Ideenentwicklung und Aufbau der Retailwelt. Design setzt die Ideen visuell um und schafft die Grundlagen für das Mood-Konzept und die Kommunikation am POS. Planning definiert die Schritte für die professionelle Realisierung des Konzeptes bis ins Detail.

Leistungsmodul Shop Systems:

Zuverlässige Ladenbau-Komponenten mit Sortimentshintergrund

Die kreative Handschrift der Designer, viel Erfahrung im Umgang mit den Sortimenten und die Erkenntnisse aus dem Visual Merchandising fließen in die Arbeit der Ingenieure ein. Sie machen daraus universelle Komplettsysteme oder entwickeln markenspezifisches Interieur: Lösungen nach Maß, die räumliche Gegebenheiten ebenso berücksichtigen wie Vorgaben aus dem Corporate Design oder gewünschte Stimmungsmilieus. Oft setzen sie dabei auch selbst neue Trends, denn ihr Überblick über Branchen und Strömungen inspiriert zu ungewöhnlichen Lösungen.



**Qualität, die sich teilt:
das Swisscom-Projekt.**

Hohe Technologie, Gediegenheit und Wohlfühlatmosphäre, in der man sich gleich und gern zu Hause fühlt: Swisscom kommuniziert auch in der analogen Welt der menschlichen Begegnung Community-Feeling. Eine Einladung an alle, mit ihr und über sie Verbindung aufzunehmen und zu halten. Das gemütliche Bewohnen (auch) der virtuellen Welt, das Heimatgefühl des Umweltsorgens und die Einfachheit der Kommunikation – das ist die Botschaft. Swisscom ist das führende Telekom-Unternehmen der Schweiz und betreut mit knapp 20.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern rund 6,2 Millionen Mobilfunkkunden.

Leistungsmodul Shop Project:

Profis für wirtschaftliche und zeitgerechte Realisierung von Ladenbau-Projekten

Effizientes Projektmanagement folgt immer den Parametern Qualitätsanspruch, Kosten und Termin. Aus Gründen zunehmender Komplexität, geforderter Wirtschaftlichkeit und immer knapper werdender Terminvorgaben ist das Projektmanagement zu einer Schlüsseldisziplin des modernen Ladenbaus geworden:

- Projektmanagement optimiert die Schnittstellen zwischen allen Beteiligten und sorgt dafür, dass alles wie ein Uhrwerk läuft. Reibungslos und zeitgenau.
- Baumanagement wie z.B. für Haustechnik oder Innenausbau wird von den eigens ausgebildeten „Laden-Baumeistern“ der Umdasch Shopfitting wahrgenommen.
- Produktion und Beschaffung garantieren erstklassige Termin- und Produktqualität aus den sieben hauseigenen Produktionsstätten, die technisch hervorragend eingerichtet sind. Gemeinsam mit einem global aufgestellten Sourcing-Netzwerk sind maßgeschneiderte Kapazitäten verfügbar: überzeugendes Teamwork mit Spezialisten aus aller Welt.
- Logistik und Rollout garantieren eine lückenlose Steuerung der Lieferkette weltweit und umfassen auch den Einsatz kompletter Montageteams oder die Entsendung erfahrener Supervisor.

Leistungsmodul Shop Academy:

Trends und Seminare mit ausgewählten Top-Referenten

Das Theater des Konsums braucht Bühnen, Bühnenbildner und Regisseure, die ihr Handwerk verstehen. Dabei benötigen diese Inszenatoren Trendwissen, Intuition und Kenntnisse von überzeugender Rhetorik in Bau und Kommunikation. Nur so entstehen jene Orte der Immersion, in die sich der Kunde mit Haut und Haaren hineinbegeben kann und will. Die Shop Academy hat sich als international aktive Kaderschmiede dieser Profis einen Namen gemacht:

- Seminare vermitteln Themen wie Visual Merchandising, Personalentwicklung, Store-Branding, Neuromarketing, Cross-Channel-Retailing und viele andere mehr. Sie bringen Know-how und Vorsprung und geben wichtige Impulse: Alles, was den Erfolg ausmacht.
- Foren sind Abendveranstaltungen, die dem Erfahrungsaustausch und der Begegnung mit den Vordenkern der Branche dienen.
- Shop Expeditionen sind gezielt vorbereitete und kompetent begleitete Erkundungstouren in die Welt der globalen Experience-Economy. Eine Erfolgsgeschichte für sich.

Projekte wie im Flughafen Frankfurt und die umfassende Betreuung des G3 Shopping Resorts in Gerasdorf zeigen aber eine zusätzliche Qualität von Umdasch: das effiziente Zusammenwirken „von außen nach innen“ – die enge, perfekt abgestimmte und zeit- und kostensparende Kooperation zwischen der Doka Group und der Umdasch Shopfitting Group. In der Tat: einmalig.

Umdasch
Shopfitting
Group
Themen-
Special
**Bühnen der
Einzigartigkeit**

„Emotionen bestimmen auch unser ‚vernünftiges‘ Verhalten. Emotionen und Wahrnehmung beeinflussen sich gegenseitig, sie reden sozusagen miteinander.“

Antonio Damasio,
Neurologe

**Vorsprung kommt nicht vom Nachdenken. Sondern vom Vordenken:
DIE KUNST DER INSZENIERUNG III vom 11. bis 13. Oktober 2012 in
Alpbach (Tirol)**

Dieses dritte Handels-Forum war ein erlebnisreicher Cocktail aus Philosophie, Best Practices, kreativer Treibhausatmosphäre, „facts & fictions“ und nicht zuletzt ein gesellschaftliches Ereignis mit viel Raum für Begegnung und Networking. Es hat inspiriert und auch die Vielfalt der Ideen, Erfahrungen und Meinungen über den Ladenbau der Zukunft verdichtet und resümiert:

Das Eintauchen-Können des Kunden (die Immersion) und die künstlerische Installation der Einkaufswelten sind die neuen Attraktoren in der Welt des Handels: Die Kunden wollen nicht länger „Opfer der Verführung“ sein, sondern machtvolle Darsteller ihrer Identität und Bedürfnisse. Dieses neue und höhere Anspruchsdenken fordert die Branche der Ladenbauer ebenso heraus wie die wachsende Bedeutung des Multi-Channel-Marketings, bringt aber auch neue Zukunft und attraktive Chancen.

Der Vorstandsdirektor der Umdasch Shopfitting Group, Helmut Neher, sieht darin eine Bestätigung seiner strategischen Vision, die auch vom internationalen Branding- und Retaildesigner Ibrahim Ibrahim zum Ausdruck gebracht wurde: „Die Konsum-Regisseure der Zukunft müssen ihr Geschäft mehr und mehr als Marvelists verstehen – als eine lebendige Verbindung von Marketer und Novelists.“



Das Begehen-Können von „gebauten Geschichten“ wird zu einem zentralen Erfolgsfaktor der Retailwelten gehören. Die räumliche Erfahrung von Brands und Botschaften ist und bleibt unverzichtbarer Bestandteil des Erlebnis-Marketings.

**Lebendige Vielfalt, Ereignisse und entfachte Emotionen:
Vom klassischen Einrichten der Räume zum Ausrichten auf das Erlebte**

Menschen nehmen ein Geschehen als Ereignis wahr, wenn es aus ihrem gewohnten Erfahrungsstrom heraustritt oder diesen für eine bestimmte Zeit unterbricht. Es muss ein bisschen „fremd“ sein, um Neugierde zu wecken, und die Möglichkeit bieten, das Erlebte auf etwas Bekanntes zurückzuführen. Der Besucher soll in eine Geschichte verwickelt werden und in einer alternativen Wirklichkeit „auf Zeit“ agieren können. Das Thema, die Marke oder eine andere Attraktion dienen dabei als Orientierung bietender Handlungsrahmen.

Der Laden muss das Eintauchen in eine Geschichte nicht nur erlauben, sondern muss es aktiv unterstützen und stimulierende Akzente setzen. Nicht genau zu wissen, was auf einen zukommt, mag manchmal irritierend sein, aber genau davon sind die wirklichen Entscheidungsprozesse geprägt. Wer emotionale Energien entfachen will, muss Situationen schaffen, in denen das spielerische, visionäre Element zur Geltung kommt: Neue Perspektiven öffnen und mit Reizen arbeiten, die bestehenden Ordnungsmuster vorübergehend außer Kraft setzen und nach neuen verlangen.

„Das höchste Ziel eines Handelsunternehmens muss sein, zum Gastgeber einer Community zu werden, seine Gäste immer wieder zu überraschen und sie in das Geschehen einzubeziehen. Nur dann werden sie zu Stammgästen werden.“

Thomas Lipke,
Globetrotter Hamburg

11.290201 Breitengrad.
76.227264 Längengrad.

Tropischer Sturm über Indien. Wir müssen einsetzen, was wir können. Denn Erdbeben, Stürmen und anderen Naturereignissen müssen wir mit unserem ganzen Wissen und mit der Kraft unserer Technik wirkungsvoll begegnen. Sonst sind wir machtlos. Nur wenn wir uns entscheiden, wirklich alles einzusetzen, was in unserer Macht steht, können wir uns behaupten. **Unternehmen Qualität.**



Mehr entdecken.

zahlen
daten
fakten

Der Konzernabschluss wurde nach den Bestimmungen des österreichischen Unternehmensgesetzbuches (UGB) erstellt. Der Konzernabschluss unterliegt der unternehmensrechtlichen Pflichtprüfung und wurde von einer international tätigen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft testiert.

Die für den Konzernabschluss gültigen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sind in einem Konzernhandbuch zusammengefasst und stellen die Grundlage für den Konzernabschluss dar. Die ordnungsgemäße Überleitung der Einzelabschlüsse in die nach konzerneinheitlichen Standards erstellte Konzernversion wurde von den jeweiligen lokalen Wirtschaftsprüfern geprüft und mit uneingeschränkten Prüfungsvermerken versehen.

Der Konzernabschluss sowie die zugrunde liegenden Einzelabschlüsse wurden unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung sowie unter Beachtung der Generalnorm, ein möglichst getreues Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens zu vermitteln, aufgestellt. Der Grundsatz der Vollständigkeit wurde eingehalten.

Bei der Bewertung der einzelnen Vermögensgegenstände und Schulden wurde der Grundsatz der Einzelbewertung beachtet und eine Fortführung des Unternehmens unterstellt. Dem Vorsichtsprinzip wurde Rechnung getragen, indem nur die zum Abschlussstichtag verwirklichten Gewinne ausgewiesen werden. Alle erkennbaren Risiken und drohenden Verluste wurden berücksichtigt.

Der Ausweis und die Zusammenfassung der einzelnen Positionen der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung erfolgen nach den gesetzlichen Gliedervorschriften. Bei jenen Positionen, bei denen gegenüber dem Vorjahr Änderungen im Ausweis vorgenommen wurden, sind die Vorjahresbeträge entsprechend angepasst worden.

KONSOLIDIERUNGSKREIS

Umdasch AG, Amstetten	Anteil in %
Umdasch Finanz AG, Zug	99,5 %
Umdasch Group Deutschland GmbH, Amstetten	100 %
Umdasch Immobilien GmbH, Amstetten	100 %
Umdasch Nieruchomosci Sp. z.o.o., Wrocław	100 %
Umdasch Real s.r.o., Budweis	100 %
Doka GmbH, Amstetten	100 %
Doka Industrie GmbH, Amstetten	100 %
Doka Drevo s.r.o., Banská Bystrica	100 %
Deutsche Doka Schalungstechnik GmbH, Maisach	100 %
Doka Österreich GmbH, Amstetten	100 %
Doka Beteiligungs-GmbH, Amstetten	100 %
Form-ON GmbH, Amstetten	100 %
Doka Schweiz AG, Niederhasli	100 %
Doka France SAS, Le Perray en Yvelines	100 %
Doka UK Ltd., Maidstone	100 %
Doka Ireland Ltd., Drogheda	100 %
Doka N.V., Ternat	100 %
Goeva N.V., Tielt	100 %
Doka Nederland BV, PL Oss	100 %
Doka Sverige AB, Uddevalla	100 %
Doka Norge AS, Aros	100 %
Doka Finland OY, Selki	70 %
Doka Danmark ApS, Gadstrup	100 %
Magyar Doka Kft., Budapest	100 %
Česká Doka spol. sr.o., Prag	100 %
Doka Slovakia s.r.o., Bratislava	100 %
Doka Hrvatska d.o.o., Zagreb	100 %
Doka Slovenija d.o.o., Jesenice	100 %
Doka Serb d.o.o., Belgrad	100 %
Doka Ukraine T.O.V., Kiew	100 %
Doka Polska Sp. z.o.o., Zielonka	100 %
Doka Lietuva UAB, Vilnius	100 %
Doka Eesti OÜ, Tallinn	100 %
Doka Latvia SIA, Marupe	100 %
Doka Romania S.R.L., Tunari	100 %
Doka Bulgaria EOOD, Krivina	100 %
Doka Rus OOO, Moskau	100 %
Doka Belform IOOO, Minsk	100 %
Doka Kazakhstan LLP, Astana	100 %

Zahlen
Fakten
Daten
Allgemeines

Doka Italia S.p.A., Colturano	95 %
Doka España S.A., San Martin de la Vega	100 %
Doka Portugal Lda., Sintra	100 %
Doka Hellas A.E., Pallini / Attiki	100 %
Doka Israel Ltd., Kefir Vitkin	100 %
Doka Brasil Ltda., Guarulhos / São Paulo	100 %
Doka Chile Limitada, Santiago de Chile	100 %
Doka Peru S.A.C., Lima	100 %
Doka Panama S.A., Panama City	100 %
Doka México S. de R.L. de C.V., Estado de México	100 %
Doka Kalip-Iskele A.S., Gebze / Istanbul	99,7 %
Doka Gulf FZE, Jebel Ali, Dubai	100 %
Doka Emirates LLC, Sharjah	100 %
Doka Qatar LLC, Doha	100 %
Doka Muscat LLC, Muscat	100 %
Doka Saudi Arabia Company LLC, Jeddah	100 %
Doka Saudi Trading LLC, Jeddah	100 %
Doka Jordan LLC, Amman	100 %
Doka Algérie SARL, Bordj-El-Kifane	100 %
Doka Tunisia Ltd., Zarzis	100 %
Doka Maroc SARL AU, Skhirat	100 %
Doka South Africa (Pty) Ltd., Kempton Park	100 %
Doka Mocambique Ltd., Maputo Cidade	100 %
Doka Formwork Nigeria Ltd., Lagos	100 %
Doka China Ltd., Hongkong	100 %
Doka Formwork (Shanghai) Co., Ltd., Shanghai	100 %
Doka Korea Ltd., Anseong-Si	100 %
Doka Formwork Pte. Ltd., Singapore	100 %
Doka India Pvt. Ltd., Mumbai	100 %
Doka Japan K.K., Chiba-Ken	100 %
Doka Formwork Malaysia Snd. Bhd., Shah Alam	100 %
Doka Formwork Australia Pty Ltd., Minton	100 %
Doka USA Ltd., Little Ferry	100 %
Doka Canada Ltd., Calgary	100 %
Umdasch Shopfitting GmbH, Amstetten	100 %
ShopConsult by Umdasch GmbH, Amstetten	100 %
Umdasch Shopfitting GmbH, Neidenstein	100 %
Umdasch Shopfitting AG, Oberentfelden	100 %
Umdasch Shopfitting S.r.l., Steinmannwald	100 %
Umdasch Shopfitting Ltd., Oxford	100 %
Umdasch Shopfitting Ltd., Drogheda	100 %
Umdasch Shop-Concept spol. sr.o. in Liquidation, Budweis	100 %

Umdasch Shopfitting SAS, Champlan	100 %
OOO Proriv Stroj, Moskau	100 %
Umdasch Shopfitting LLC, Dubai	100 %
Franz Jonas GmbH & Co. KG, Oberhausen	100 %
JAS Beteiligungsgesellschaft mbH, Oberhausen	100 %
Assmann Ladenbau Leibnitz GmbH, Leibnitz	100 %
Assmann Ladenbau Polska Sp. z.o.o., Warschau	100 %
Assmann Shop Design d.o.o., Belgrad	100 %

Alle Gesellschaften wurden vollkonsolidiert. Wesentliche Fremdanteile werden nur bei der Doka Finland OY mit 30% und der Doka Italia S.p.A. mit 5% ausgewiesen.

KONSOLIDIERUNGSGRUNDLAGEN

Die Konsolidierung umfasst jene Unternehmen, an denen die Muttergesellschaft Umdasch AG direkt oder indirekt zu mehr als 50% beteiligt ist. Alle Gesellschaften des Konsolidierungskreises haben den 31. 12. 2012 als Bilanzstichtag. Zum 1. 1. 1994 wurde die konsolidierte Eröffnungsbilanz erstellt.

Die **Kapitalkonsolidierung** erfolgt nach der Buchwertmethode. Aktive Unterschiedsbeträge wurden – soweit möglich – den stillen Reserven zugewiesen. Darüber hinausgehende aktive Unterschiedsbeträge werden als Firmenwert ausgewiesen und linear abgeschrieben. 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 konzerninterne Lieferungen und Leistungen werden im Rahmen der **Aufwands- und Ertragskonsolidierung** eliminiert. Weiters sind auch gegenseitig verrechnete Zinsaufwendungen und Zinserträge saldiert worden.

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

Unversteuerte Rücklagen werden nach Abzug darauf entfallender **latenter Steuern** im Eigenkapital ausgewiesen. Weiters werden latente Steuern auf Abgrenzungen für zeitliche Bewertungsunterschiede zwischen handels- und steuerrechtlichen Ansätzen, bei den Zwischengewinnen der Vorräte sowie für ergebniswirksame Differenzen aus der Schuldenkonsolidierung berücksichtigt. Aktive und passive latente Steuern sind im Konzernabschluss getrennt ausgewiesen.

Die **Währungsumrechnung** wurde in der Bilanz mit dem Devisenmittelkurs zum Bilanzstichtag und in der Gewinn- und Verlustrechnung mit dem durchschnittlichen Devisenmittelkurs des Jahres 2012 vorgenommen.

Zahlen
Fakten
DatenKonzernbilanz
Aktiva

	31. 12. 2012	31. 12. 2011
	1.000 EUR	1.000 EUR
A. ANLAGEVERMÖGEN		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
1. Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte	4.465	4.302
2. Firmenwert	23.257	2.705
II. Sachanlagen		
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten, einschließlich der Bauten auf fremdem Grund	297.131	279.244
2. Technische Anlagen und Maschinen	95.307	102.693
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	44.839	44.906
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen in Bau	21.080	19.854
III. Finanzanlagen		
1. Ausleihungen	–	2.394
2. Wertpapiere des Anlagevermögens	9.420	9.113
	495.499	465.211
B. UMLAUFVERMÖGEN		
I. Vorräte		
1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	18.242	18.639
2. Unfertige Erzeugnisse	11.258	11.157
3. Fertige Erzeugnisse und Waren	226.657	241.226
4. Der Vermietung dienende Schalungen	373.268	293.350
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	283.413	242.540
2. Sonstige Forderungen und Vermögensgegenstände	52.028	48.569
III. Sonstige Wertpapiere und Anteile		
	47.998	23.690
IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten		
	152.267	69.473
	1.165.131	948.644
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN		
1. Aktive latente Steuern	60.177	63.575
2. Sonstige Rechnungsabgrenzungsposten	4.033	5.262
	1.724.840	1.482.692
Eventualforderungen	5.236	7.471

31. 12. 2012 31. 12. 2011
1.000 EUR 1.000 EURZahlen
Fakten
DatenKonzernbilanz
Passiva

	31. 12. 2012	31. 12. 2011
	1.000 EUR	1.000 EUR
A. EIGENKAPITAL		
I. Grundkapital		
	36.350	36.350
II. Gebundene Kapitalrücklagen		
	25.821	25.821
III. Gewinnrücklagen		
1. Gesetzliche Rücklage	2.151	2.151
2. Freie Rücklagen	615.433	609.531
IV. Bilanzgewinn		
davon Gewinnvortrag 33.097 (Vorjahr 0)	66.100	57.642
V. Ausgleichsposten für Anteile im Fremdbesitz		
	2.600	2.568
	748.455	734.063
B. RÜCKSTELLUNGEN		
1. Rückstellungen für Abfertigungen	37.116	35.198
2. Rückstellungen für Pensionen	16.545	15.697
3. Steuerrückstellungen	36.046	33.380
4. Rückstellung latente Steuern	13.677	10.811
5. Sonstige Rückstellungen	88.931	104.713
	192.315	199.799
C. VERBINDLICHKEITEN		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	648.348	426.066
2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	9.833	14.943
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	86.399	80.372
4. Verbindlichkeiten aus der Annahme gezogener Wechsel und der Ausstellung eigener Wechsel	394	580
5. Sonstige Verbindlichkeiten	37.983	25.565
	782.957	547.526
D. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN		
	1.113	1.304
	1.724.840	1.482.692
Eventualverbindlichkeiten	5.236	7.471

5.236 7.471

Zahlen
Fakten
Daten
**Konzern-
Gewinn-
und-Verlust-
rechnung**

	2012	2011
	1.000 EUR	1.000 EUR
1. Umsatzerlöse	1.058.721	967.749
2. Bestandsveränderungen	62.438	104.653
3. Andere aktivierte Eigenleistungen	741	639
4. Sonstige betriebliche Erträge	49.926	47.408
Betriebsleistung	1.171.826	1.120.449
5. Aufwendungen für Material und sonstige bezogene Herstellungsleistungen	-438.509	-428.628
6. Personalaufwand	-357.919	-325.496
7. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-53.030	-50.611
8. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-249.512	-233.951
Betriebliche Aufwendungen	-1.098.970	-1.038.686
9. Betriebserfolg	72.856	81.763
10. Erträge aus Beteiligungen		16
11. Erträge aus Wertpapieren des Anlagevermögens	319	306
12. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1.996	2.715
13. Erträge aus dem Abgang von Wertpapieren des Umlaufvermögens	1.499	20
14. Aufwendungen aus Finanzanlagen und Wertpapieren	-148	-10
15. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-14.487	-11.491
16. Finanzerfolg	-10.821	-8.444
17. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	62.035	73.319
18. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-21.806	-25.910
19. Jahresüberschuss	40.229	47.409
20. Anteile anderer Gesellschafter am Ergebnis	-117	-208
21. Auflösung/Zuweisung Gewinnrücklagen	-7.109	10.441
22. Gewinnvortrag	33.097	0
23. Bilanzgewinn	66.100	57.642

	2012	2011
	1.000 EUR	1.000 EUR
Jahresüberschuss	40.229	47.409
Abschreibungen auf das Sachanlagevermögen	53.031	50.611
Ab (Zu-)schreibungen auf Finanzanlagen	146	10
Veräußerungsergebnis vom Anlagevermögen	-302	-740
Veränderung Rückstellung latente Steuern	4.282	1.111
Veränderung langfristige Rückstellungen	-4.420	-3.250
Sonstiges zahlungsunwirksames Ergebnis	-42	334
Cashflow aus dem Ergebnis	92.924	95.485
Veränderung		
Vorräte	15.359	-51.905
Der Vermietung dienende Schalungen	-72.301	-62.563
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-38.637	-21.678
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	12.104	-6.138
Übriges Nettoumlaufvermögen	-7.601	1.111
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	1.848	-45.688
Investitionen in das Sachanlagevermögen	-63.324	-55.465
Veränderung Verbindlichkeiten Sachanlagen	-7.462	3.544
Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-325	-322
Sonstige Investitionen	-30.675	0
Veränderung sonstiger Investitionsverbindlichkeiten	4.981	0
Veräußerungserlös von Anlagevermögen	4.799	2.934
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-92.006	-49.309
Gezahlte Dividende Umdasch AG	-24.545	-45.455
Gezahlte Dividende an Minderheitsgesellschafter	-85	-72
Veränderung Bankkredite	222.054	38.482
Veränderung sonstiger langfristiger Verbindlichkeiten	72	-110
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	197.496	-7.155
Veränderung der liquiden Mittel	107.338	-102.152
Liquide Mittel 1. 1.	93.162	195.733
Währungsdifferenzen	-235	-419
Liquide Mittel 31. 12.	200.265	93.162
Zahlungswirksame Veränderung der liquiden Mittel	107.338	-102.152

Zahlen
Fakten
Daten
**Konzern-
Cashflow-
Rechnung**

BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Bei den **immateriellen Vermögensgegenständen** handelt es sich um erworbene IT-Software sowie Anschlussrechte für Grundstücke. 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	20–25 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. Bei den **Finanzanlagen** sind die Anschaffungskosten abzüglich außerplanmäßiger Abschreibungen angesetzt.

Im **Vorratsvermögen** sind die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe mit durchschnittlichen Anschaffungskosten oder niedrigeren Tageswerten bewertet. Anschaffungsnebenkosten und Anschaffungskostenminderungen sind berücksichtigt.

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

Die der **Vermietung dienenden Schalungen** sind ebenfalls zu Konzernherstellungskosten angesetzt, wobei eine planmäßige Wertminderung aufgrund einer geschätzten Nutzungsdauer von 6 bis 8 Jahren abgesetzt wird. Für überdurchschnittliche Liegegrade und spezielle Risiken bei den vermieteten Schalungen werden zusätzliche Wertberichtigungen gebildet.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sind zum Nennwert bilanziert. Im erforderlichen Umfang wurden Wertberichtigungen vorgenommen. Langfristige unverzinsliche Forderungen wurden auf den Bilanzstichtag abgezinst.

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 und auf un- versteuerte Rücklagen werden entsprechend gebildet.

Im **Eigenkapital** entsprechen das Grundkapital, die gebundene Kapitalrücklage sowie die gesetzliche Rücklage den Werten der Konzernmuttergesellschaft Umdasch AG.

Die **Abfertigungsrückstellung** wird finanzmathematisch mit 2,0 % (Vorjahr 2,5 %) Rechnungszinssatz ermittelt. Die **Pensionsverpflichtungen** werden versicherungsmathematisch nach dem Teilwertverfahren bewertet. Der verwendete Zinssatz beträgt für die Anwartschaftsphase einheitlich 2,5 % und für die Pensionsphase 3,0 % (bei Wert-sicherung ebenfalls 2,0 %).

Die **sonstigen Rückstellungen** sind für alle zum Zeitpunkt der Bilanzerstellung er- kennbaren Risiken sowie der Höhe und dem Grunde nach ungewissen Verbindlichkeiten gebildet.

Verbindlichkeiten sind mit dem Rückzahlungsbetrag angesetzt.

Die **Gewinn- und Verlustrechnung** wird nach dem Gesamtkostenverfahren erstellt.

ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERNBILANZ PER 31. 12. 2012

Der **Konsolidierungskreis** hat sich im Jahr 2012 um die neu gegründeten Gesellschaf- ten Umdasch Group Deutschland GmbH, Deutschland, Umdasch Immobilien GmbH, Österreich, Umdasch Real s.r.o., Tschechien, Umdasch Nieruchomosci Sp. z.o.o., Polen, Form-ON GmbH, Österreich, Doka Schweiz AG, Schweiz, Doka Peru S.A.C., Peru und Doka Mocambique Ltd., Mosambik, erweitert.

Mit der Doka Tunisie-Afrique Nord-Ouest Ltd. gab es einen **Abgang** aus dem Vollkon- solidierungskreis im Jahr 2012. Die Assmann Ladenbau Deutschland GmbH wurde mit der Umdasch Shop Fitting GmbH Neidenstein per 1. 7. 2012 fusioniert.

Der aus dem Jahr 2002 stammende **Firmenwert** aus der Erstkonsolidierung der Assmann Ladenbau Leibnitz GmbH wird über 15 Jahre abgeschrieben. Aus dem Kauf des ehema- ligen Schweizer Generalvertreters Holzco-Doka AG ist ein neuer Firmenwert entstanden, welcher ebenfalls über 15 Jahre abgeschrieben wird.

Die **sonstigen Ausleihungen** an die Tessera GmbH Gustavsburg gingen durch die Verschmelzung mit der Deutsche Doka GmbH in ein Konzerndarlehen über und wurden durch die Schuldenkonsolidierung aus dem Konzernabschluss eliminiert.

Von den **Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen** hat ein Betrag von 1.463 TEUR (Vorjahr: 1.363 TEUR) eine Restlaufzeit von mehr als einem Jahr. Alle ande- ren Forderungen sind innerhalb eines Jahres fällig.

Der Anstieg der **Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten** stammt aus einem im Jahr 2012 begebenen Schuldscheindarlehen. Das Schuldscheindarlehen mit Laufzeiten zwischen 3 und 10 Jahren hatte ein Gesamtvolumen von 200.000 TEUR und wurde so-

wohl von der Umdasch AG, Amstetten, als auch von der neugegründeten Umdasch Group Deutschland GmbH, Maisach, begeben.

In den **sonstigen Rückstellungen** sind unter anderem sonstige personalbezogene Rückstellungen in der Höhe von 34.191 TEUR (Vorjahr: 32.531 TEUR), Vorsorgen für Gewährleistungsverpflichtungen von 18.797 TEUR (Vorjahr: 26.079 TEUR), Rückstellungen für fehlende Rechnungen von 10.249 TEUR (Vorjahr: 11.467 TEUR) und Rückstellungen für Mietgutschriften von 6.277 TEUR (Vorjahr: 5.457 TEUR) bilanziert.

Von den **restlichen Verbindlichkeiten** haben 173 TEUR (Vorjahr: 619 TEUR) eine Restlaufzeit von 1 bis 5 Jahren und 29 TEUR (Vorjahr: 33 TEUR) eine Restlaufzeit von über 5 Jahren; alle anderen Verbindlichkeiten sind innerhalb eines Jahres fällig. Darüber hinaus sind in den restlichen Verbindlichkeiten 11.227 TEUR (Vorjahr: 10.535 TEUR) an Aufwendungen enthalten, die erst nach dem Bilanzstichtag zahlungswirksam werden.

Die **Eventualverbindlichkeiten** aus Bankgarantien und Wechselobligo betragen 5.236 TEUR (Vorjahr: 7.471 TEUR). Die Verpflichtungen aus der Nutzung von in der Bilanz nicht ausgewiesenen Sachanlagen betragen für 2013 insgesamt 22.288 TEUR sowie für die Jahre 2014 bis 2017 57.250 TEUR.

ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN-GEWINN- UND -VERLUSTRECHNUNG 2012

Von den **Umsatzerlösen** wurden 128.038 TEUR (Vorjahr: 122.225 TEUR) in Österreich und 930.683 TEUR (Vorjahr: 845.524 TEUR) im Ausland erzielt.

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** enthalten im Wesentlichen Kursgewinne aus Kunden- und Lieferantenzahlungen in der Höhe von 10.345 TEUR (Vorjahr: 11.888 TEUR) und Auflösungen von Wertberichtigungen zu Kundenforderungen in der Höhe von 9.184 TEUR (Vorjahr: 14.183 TEUR).

In den **Aufwendungen für Material** sind Abschreibungen auf die der Vermietung dienenden Schalungen in der Höhe von 107.252 TEUR (Vorjahr: 93.135 TEUR) enthalten.

Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** enthalten im Wesentlichen Transportkosten 60.100 TEUR (Vorjahr: 54.477 TEUR), Ausbuchungen von Kundenforderungen 20.418 TEUR (Vorjahr: 16.443 TEUR), Miet- und Pacht Aufwand 25.930 TEUR (Vorjahr: 21.299 TEUR), Werbeaufwand 11.077 TEUR (Vorjahr: 10.870 TEUR), Instandhaltungen 17.127 TEUR (Vorjahr: 14.984 TEUR), Reisekosten 18.977 TEUR (Vorjahr: 17.207 TEUR), Beratungskosten 18.828 TEUR (Vorjahr: 16.558 TEUR) und Kursverluste 21.953 TEUR (Vorjahr: 15.036 TEUR).

Da nach geltenden Bilanzierungsregeln keine aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge gebildet werden dürfen, ist der **Steueraufwand** überproportional hoch. Die aus der Gruppenbesteuerung gestundeten Steuern in Österreich sind in der Höhe von 7.110 TEUR (Vorjahr: 7.110 TEUR) in den Steuerrückstellungen enthalten.

SONSTIGE ANGABEN

Zum Bilanzstichtag waren **Devisenterminverkäufe** von 77 Mio. USD, 170 Mio. QAR, 150 Mio. SAR, 86 Mio. PLN, 10.283 Mio. CLP, 230 Mio. MXN, 19 Mio. SGD, 30 Mio. BRL, 3,6 Mio. OMR, 500 Mio. JPY und weitere untergeordnete Geschäfte (CAD, NOK, SEK und CNY) im Nominale von rund 11 Mio. EUR im Bestand, für die mit den zugehörigen Grundgeschäften (Konzernfinanzierungen) eine Bewertungseinheit gebildet wurde. Geschäfte über 44 Mio. USD, 95 Mio. SAR, 145 Mio. QAR, 195 Mio. MXN, 25 Mio. BRL, 500 Mio. JPY und sonstige Währungen (CAD, CLP, CNY, OMR und SGD) mit einer Nominale von 24 Mio. EUR hatten einen positiven Marktwert von 3,1 Mio. EUR. Geschäfte über 33 Mio. USD, 86 Mio. PLN, 55 Mio. SAR, 5.783 Mio. CLP, 13 Mio. SGD und sonstige Währungen mit einer Nominale von 14 Mio. EUR (BRL, MXN, NOK, QAR und SEK) hatten einen negativen Marktwert von 1,8 Mio. EUR. Aufgrund des Sicherungszusammenhangs mit den Grundgeschäften ist die Bildung einer Drohverlustrückstellung für die negativen Marktwerte unterblieben.

Des Weiteren war ein **Zinsswap** über 20 Mio. EUR mit einer Laufzeit 11.09.2017 im Bestand. Hier ist ebenfalls, aufgrund der Bewertungseinheit mit einem Teil des Schuldscheindarlebens, die Bildung einer Drohverlustrückstellung für den negativen Marktwert von 280 TEUR unterblieben. Ein weiterer Devisenterminverkauf über 2,3 Mio. USD hatte einen positiven Marktwert von 38 TEUR.

Wesentliche Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen zu nicht marktüblichen Bedingungen wurden nicht getätigt.

Die Konzernobergesellschaft Umdasch AG ist Gruppenträgerin im Sinne des § 9 KStG. In die **steuerliche Unternehmensgruppe** sind sowohl in- als auch ausländische Tochtergesellschaften einbezogen.

Die **Aufwendungen für den Abschlussprüfer** betragen 91 TEUR und beinhalten auch die Honorare für die von ihm geprüften österreichischen Tochtergesellschaften; für Beratungsleistungen wurde ein Honorar von 45 TEUR aufgewendet.

Die durchschnittliche **Zahl der Arbeitnehmer** während des Geschäftsjahres betrug 7.430 (3.467 Arbeiter und 3.963 Angestellte). Davon waren 2.725 Personen in Österreich und 4.705 international tätig.

ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN-CASHFLOW-RECHNUNG 2012

Die Darstellung erfolgt nach der indirekten Methode. Die dabei berücksichtigten Veränderungen von Bilanzpositionen im Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit werden um Effekte aus der Währungsumrechnung bereinigt. Die Veränderungen der betreffenden Bilanzpositionen können daher nicht mit den entsprechenden Werten auf Grundlage der Konzernbilanz abgestimmt werden. Die Cashflows aus der Investitions- und Finanzierungstätigkeit werden zahlungsbezogen ermittelt. Die Dividendenzahlungen werden als Teil der Finanzierungstätigkeit ausgewiesen. Die liquiden Mittel umfassen neben den Kassa- und Bankguthaben auch die Wertpapiere des Umlaufvermögens.

Zahlen
Fakten
Daten

ENTWICKLUNG DES ANLAGE- VERMÖGENS – KONZERN 1.000 EUR	Anschaf- fungskosten 1. 1. 2012	Zugänge		Abgänge	Um- buchungen	kumulierte Abschreibung	Buchwert 31. 12. 2012	Buchwert 31. 12. 2011	Jahres- abschreibung 2012
		Konsolid.- Kreis	Zugänge						
I. Immaterielle Vermögensgegenstände									
1. Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte	19.023	5.831	2.008	-288	7	-22.116	4.465	4.302	1.843
2. Firmenwert	8.015	22.350		-2		-7.106	23.257	2.705	1.798
	27.038	28.181	2.008	-290	7	-29.222	27.722	7.007	3.641
II. Sachanlagen									
1. Bebaute Grundstücke	354.690		14.340	-1.886	12.922	-182.359	197.707	187.872	18.938
zuzüglich Grundwert	81.206		8.730	-458	752	-2.347	87.883	79.839	
2. Unbebaute Grundstücke	13.403					-1.862	11.541	11.533	
3. Technische Anlagen und Maschinen	257.782	503	10.462	-5.830	552	-168.162	95.307	102.693	18.460
4. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	128.870	1.544	10.943	-8.794	101	-87.825	44.839	44.906	10.756
5. Geringwertige Vermögensgegenstände			1.174	-1.174					1.174
6. Geleistete Anzahlungen und Anlagen in Bau	20.038		15.666	-63	-14.334	-227	21.080	19.854	61
	855.989	2.047	61.315	-18.205	-7	-442.782	458.357	446.697	49.389
III. Finanzanlagen	12.145		324	-2.400		-649	9.420	11.507	12
Summe Anlagevermögen	895.172	30.228	63.647	-20.895		-472.653	495.499	465.211	53.042

Verbindlichkeiten 1.000 EUR	31. 12. 2012	Restlaufzeit			31. 12. 2011
		bis 1 J.	1 bis 5 J.	über 5 J.	
Verbindlichkeiten gegen- über Kreditinstituten, davon hypothekarisch gesichert	648.348	180.479	437.110	30.759	426.066
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	9.434	5.705	3.193	536	11.559
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.833	9.808	25		14.943
Wechselverbindlichkeiten	86.399	86.399			80.372
Sonstige Verbindlichkeiten	394	394			580
	37.983	37.806	148	29	25.565
	782.957	314.886	437.283	30.788	547.526

Amstetten, 12. April 2013

Umdasch AG

Der Vorstand



Dr. Andreas J. Ludwig



Ing. Josef Kurzmann



Dipl.-Vw. Helmut Neher

Der vollständige Konzernabschluss wird in der „Wiener Zeitung“ veröffentlicht und enthält folgenden

BESTÄTIGUNGSVERMERK

Bericht zum Konzernabschluss.

Wir haben den beigefügten Konzernabschluss der Umdasch AG, Amstetten, für das Geschäftsjahr vom 1. Jänner bis zum 31. Dezember 2012 geprüft. Dieser Konzernabschluss umfasst die Konzernbilanz zum 31. Dezember 2012, die Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung, die Konzerngeldflussrechnung und die Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung für das zum 31. Dezember 2012 endende Geschäftsjahr sowie den Konzernanhang.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter für den Konzernabschluss und für die Buchführung.

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind für die Konzernbuchführung sowie für die Aufstellung eines Konzernabschlusses verantwortlich, der ein möglichst getreues Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns in Übereinstimmung mit den österreichischen unternehmensrechtlichen Vorschriften vermittelt. Diese Verantwortlichkeit beinhaltet: Gestaltung, Umsetzung und Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsystems, soweit dieses für die Aufstellung des Konzernabschlusses und die Vermittlung eines möglichst getreuen Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns von Bedeutung ist, damit dieser frei von wesentlichen Fehldarstellungen ist, sei es aufgrund von beabsichtigten oder unbeabsichtigten Fehlern; die Auswahl und Anwendung geeigneter Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden; die Vornahme von Schätzungen, die unter Berücksichtigung der gegebenen Rahmenbedingungen angemessen erscheinen.

Verantwortung des Abschlussprüfers und Beschreibung von Art und Umfang der gesetzlichen Abschlussprüfung.

Unsere Verantwortung besteht in der Abgabe eines Prüfungsurteils zu diesem Konzernabschluss auf der Grundlage unserer Prüfung. Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung der in Österreich geltenden gesetzlichen Vorschriften und Grundsätze ordnungsgemäßer Abschlussprüfung durchgeführt. Diese Grundsätze erfordern, dass wir die Standesregeln einhalten und die Prüfung so planen und durchführen, dass wir uns mit hinreichender Sicherheit ein Urteil darüber bilden können, ob der Konzernabschluss frei von wesentlichen Fehldarstellungen ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Prüfungsnachweisen hinsichtlich der Beträge und sonstigen Angaben im Konzernabschluss. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Abschlussprüfers unter Berücksichtigung seiner Einschätzung des Risikos eines

Auftretens wesentlicher Fehldarstellungen, sei es aufgrund von beabsichtigten oder unbeabsichtigten Fehlern. Bei der Vornahme dieser Risikoeinschätzung berücksichtigt der Abschlussprüfer das interne Kontrollsystem, soweit es für die Aufstellung des Konzernabschlusses und die Vermittlung eines möglichst getreuen Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns von Bedeutung ist, um unter Berücksichtigung der Rahmenbedingungen geeignete Prüfungshandlungen festzulegen, nicht jedoch um ein Prüfungsurteil über die Wirksamkeit der internen Kontrollen des Konzerns abzugeben. Die Prüfung umfasst ferner die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden und der von den gesetzlichen Vertretern vorgenommenen wesentlichen Schätzungen sowie eine Würdigung der Gesamtaussage des Konzernabschlusses.

Wir sind der Auffassung, dass wir ausreichende und geeignete Prüfungsnachweise erlangt haben, sodass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unser Prüfungsurteil darstellt.

Prüfungsurteil.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt. Aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss nach unserer Beurteilung den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt ein möglichst getreues Bild der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns der Umdasch AG zum 31. Dezember 2012 sowie der Ertragslage des Konzerns und der Zahlungsströme des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 1. Jänner bis zum 31. Dezember 2012 in Übereinstimmung mit den österreichischen Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung.

Aussagen zum Konzernlagebericht.

Der Konzernlagebericht ist aufgrund der gesetzlichen Vorschriften darauf zu prüfen, ob er mit dem Konzernabschluss in Einklang steht und ob die sonstigen Angaben im Konzernlagebericht nicht eine falsche Vorstellung von der Lage des Konzerns erwecken. Der Bestätigungsvermerk hat auch eine Aussage darüber zu enthalten, ob der Konzernlagebericht mit dem Konzernabschluss in Einklang steht.

Der Konzernlagebericht steht nach unserer Beurteilung in Einklang mit dem Konzernabschluss.

Wien, am 12. April 2013

Deloitte Audit Wirtschaftsprüfungs GmbH

Mag. Andreas Grave e. h.
Wirtschaftsprüfer

ppa. Mag. Elisabeth Keiblinger e. h.
Wirtschaftsprüfer

Doka GmbH
Josef Umdasch Platz 1
3300 Amstetten
Österreich
Telefon: +43 7472 605-0

ÄGYPTEN
Doka GmbH
Representative Office Egypt
24 Salh Zaki Street
Square 1143, Flat 5 & 6
Sheraton Heliopolis, Kairo
Telefon: +20 2 22 677 216

ALGERIEN
SARL Doka Algérie
24 A Route de la Rassauta
Bordj-El-Kifane
BP 170
16120 Alger
Telefon: +213 21 21 27-42

ASERBAIDISCHAN
Doka Kalip-Iskele Sanayi ve Ticaret A.S.
Uzeyir Hacibeyov 66 ev 1
Baku, Azerbaijan
Telefon: +994 12 493 33 63

AUSTRALIEN
Doka Formwork Australia Pty. Ltd.
52 Airds Road
Minto, NSW 2566
Telefon: +61 2 8796 0500

BAHRAIN
Doka Bahrain
Div. Of Mahmoud Othman Trading Est.
Road 1161, Building 1481
Diplomatic Area
411 Al Musallah
P.O. Box 20160
Telefon: +973 17 402 810

BELGIEN
Doka N.V.
Handelsstraat 3
1740 Ternat
Telefon: +32 2 5820270

BRASILIEN
Doka Brazil
Fórmis para Concreto Ltda.
Rua Guilherme Lino
dos Santos, 756
Jardim Flôr do Campo –
CEP 07190-010
Guarulhos - SP
Telefon: +55 11 2088-5777

BULGARIEN
Doka Bulgaria EOOD
12 Rozova Gradina str.
1588 Krivina
Telefon: +359 2 4199 000

CHILE
Doka Chile Encofrados Limitada
Camino Interior 1360
Lampa, Santiago/Chile
Telefon: +56 2 4131-600

CHINA
Doka Formwork (Shanghai) Co., Ltd.
No. 3883 Yuanjiang Road,
Minhang
District, Building 2
201109 Shanghai
Telefon: +86 21 6090-0899

DÄNEMARK
Doka Danmark ApS
Egegaardsvej 11
4621 Gadstrup
Telefon: +45 46 56 32 00

DEUTSCHLAND
Deutsche Doka
Schalungstechnik GmbH
Frauenstraße 35
82216 Maisach
Telefon: +49 8141 394-0

ESTLAND
Doka Eesti OÜ
Gaasi 6a
11415 Tallinn
Telefon: +372 603 0650

FINNLAND
Doka Finland Oy
Selintie 542
03320 Selki
Telefon: +358 9 2242640

FRANKREICH
Doka France SAS
3, chemin des Iles
Zone Industrielle
78610 Le Perray en Yvelines
Telefon: +33 1 34842727

GRIECHENLAND
Doka Hellas Formwork
Technologiki A.E.
5, Agiou Athanasiou
153 51 Pallini/Attiki
Telefon: +30 210 6669-211

GROSSBRITANNIEN
Doka UK
Formwork Technologies Ltd.
Monchelsea Farm, Heath Road
Maidstone, Kent, ME17 4JD
Telefon: +44 1622 749050

INDIEN
Doka India Pvt. Ltd.
Mahavir Landmark Bldg.
6th Floor, Plot No. 26 A,
Sector-7, Kharghar – 410210
Navi Mumbai
Telefon: +91 22 2774 6452

IRLAND
Doka Ireland
Formwork Technologies Ltd.
Tinure Industrial Complex
Monasterboice, Drogheda
County Louth
Telefon: +353 41 6861620

ISRAEL
Doka Israel
Formwork Technologies Ltd.
P.O. Box 581
Tnuport Area
40201 Kfar Vitkin
Telefon: +972 9 89000-00

ITALIEN
Doka Italia S.p.A.
Strada Provinciale Cerca, 23
20060 Colturano (MI)
Telefon: +39 02 98 276-1

JAPAN
Doka Japan K.K.
Miwanoyama 744-6
Nagareyama-shi
270-175 Chiba-Ken
Telefon: +81 471 78-8808

JORDANIEN
Doka Jordan LLC
Medina Al Munawara Road,
Al Haiitham Center 1st Floor 101
11953 Amman
Telefon: +962 6 5545 586

KANADA
Doka Canada Ltd.
5404 – 36th Street S.E.
Calgary, AB T2C 1P1
Telefon: +1 403 243 6629

KATAR
Doka Qatar WLL
2nd Gate, Light Industrial Area
Mesaieed
P.O. Box 23439 Doka-Qatar
Telefon: +974 4 4500 628

KOREA
Doka Korea Ltd.
444-1, Yongdoo-ri, Gongdo-eup
Anseong-Si, Gyeonggi-Do
Korea, 456-821
Telefon: +82 31 8053-0700

KROATIEN
Doka Hrvatska d.o.o.
Radnicka cesta 173/g
10000 Zagreb
Telefon: +385 1 2480020

KUWAIT
Doka Kuwait
Div. of Riham Gen. Trad. & Cont. Co.
Shuwaikh Port Authority Area
Street No. 1
Plot 157 – 173
22023 Kuwait, Salmiyah
Telefon: +965 24 82 24 62

LETTLAND / LATVIA
SIA „Doka Latvia“
„Henrihi“
Mārupes novads
2167 Mārupe
Telefon: +371 6702970 0

LIBANON
Doka GmbH
Doka Lebanon Branch
Sodeco Square
Block C / 9th floor
Beirut
Telefon: +961 1 612 568

LITAUEN
UAB Doka Lietuva
Visoria g. 27
08300 Vilnius
Telefon: +370 52780678

MALAYSIA
Doka Formwork Malaysia Sdn Bhd
Lot 9, Jalan TUDM
Subang New Village
40150 Shah Alam
Selangor
Telefon: +603 7844 5588

MAROKKO
Doka Maroc SARL-AU
B.P. 4439
SKHIRAT-CP-12050
Maroc
Telefon: +212 538 004090

MEXIKO
Doka México S. de R.L. de C.V.
Km. 14.5 carretera México-
Huixquilucan No. 123
Col. San Bartolomé Coatepec
52770 Huixquilucan
Estado de México
Telefon: +52 55 16677553

NIEDERLANDE
Doka Nederland BV
Longobardenweg 11
5342 PL Oss
Telefon: +31 412 653030

NIGERIA
Doka Formwork Nigeria Ltd.
Block 101, Plot 21
Adewunmi Adebimpe Drive
off Marua Bus Stop
Lekki Phase 1
Lagos
Telefon: + 234 806 484 04 08

NORWEGEN
Doka Norge AS
Vekstveien 19
3474 Åros
Telefon: +47 3100 5070

ÖSTERREICH
Doka Österreich GmbH
Josef Umdasch Platz 1
3300 Amstetten
Telefon: +43 7472 605-0

OMAN
Doka Muscat LLC
P.C. 115, M.S.Q., 3341
233 kuwair
Muscat
P.O. Box 562
Telefon: +968 244 844 45

PANAMA
Doka Panama, S.A.
Arnulfo Arias Avenue, Diablo,
Ancon,
Building 42D and 42G
Panama City
P.O. Box 0832-02577
Telefon: +507 316 8150

PERU
Doka Perú SAC
Predio Rural Huarangal. UC N°
10688 (Carretera Explosivos - Av.
Mártir Olaya), Lurín
16 Lima
Phone: +51 1 748 0400

POLEN
Doka Polska Sp. z o.o.
ul. Bankowa 32
05-220 Zielonka
Telefon: +48 22 7710800

PORTUGAL
Doka Portugal Cofragens Lda.
Estrada Real, n.º 41, Recta da
Granja
Santa Maria e S. Miguel
2710-450 Sintra
Telefon: +351 219 11-2660

RUMÄNIEN
Tehnica Cofrajelor S.R.L.
Soseaua de Centura nr. 34
077180 Tunari, Ilfov
Telefon: +40 21 2064950

RUSSLAND
Doka Rus LLC
Kievskaja Str., 7
Business centre „Legion III“,
entrance 7, floor 5
121059 Moskau
Telefon: +7 495 544 54 54

SAUDI-ARABIEN
Doka Formwork Technology
Mahmoud Othman & Sons LLC
Al-Jol Building, 4th Floor
Flat 303/403/404, Thalia Street
21472 Jeddah
P.O. Box 7620
Telefon: +966 2 669 1008

SCHWEDEN
Doka Sverige AB
Kurödsvägen 20
451 55 Uddevalla
Telefon: +46 10 45 16 300

SCHWEIZ
Doka Schweiz AG
Mandachstrasse 50
8155 Niederhasli
Telefon: +41 43 411 20 40

SERBIEN
Doka Serb d.o.o.
Surčinska 17
11070 Novi Beograd
Telefon: +381 11 2266111

SINGAPUR
Doka Formwork Pte Ltd.
9 Gul Circle #02-01 to 07
Singapore 629565
Telefon: +65 6897-7737

SLOWAKEI
Doka Slovakia
Debnica technika s.r.o.
Ivanská cesta 28
821 04 Bratislava 2
Telefon: +421 2 43421426

SLOWENIEN
Doka Slovenija
opazna tehnologija d.o.o.
Spodnji Plavz 14 d
4270 Jesenice
Telefon: +386 4 5834400

SPANIEN
Doka España Encofrados, S.A.
Acero, 4 – P.I. Aimayr
Poligono Industrial Aimayr
28330 San Martin de la Vega
(Madrid)
Telefon: +34 91 685 75 00

SÜDAFRIKA
Doka South Africa (Pty) Ltd.
2 Sibasa Street, Klipfontein View
1619 Kempton Park
Telefon: +27 11 3109709

TSCHECHIEN
Česká Doka
Bedniční technika spol. s r. o.
Za Avii 868
19600 Praha 9 – Čakovice
Telefon: +420 2 84001 311

TUNESIEN
Doka Tunisia Ltd.
Rue de l'usine, Le Kram
Zone Industrielle
215 Tunis
Telefon: +216 71 977 350

TÜRKEI
Doka Kalip-Iskele
Sanayi ve Ticaret A.S.
Güzeller Org. San. Bölgesi
Inönü Mah. Nazarbayer Sok.
No:19
41400 Gebze – Kocaeli
Telefon: +90 262 751 5066

UKRAINE
Doka Ukraine T.O.V.
Pr. Herojiw Stalinhrada, 20a
04210 Kiev
Telefon: +380 44 5313893

UNGARN
Magyar Doka
Zsalutechnika Kft.
Törökkő u. 5-7.
1037 Budapest
Telefon: +36 1 4367373

VEREINIGTE ARABISCHE EMIRATE
Doka Gulf F.Z.E.
Jebel Ali Free Zone
Dubai
P.O. Box 61407
Telefon: 971 4 870 8700

VEREINIGTE STAATEN VON AMERIKA
Doka USA, Ltd.
214 Gates Road
Little Ferry, New Jersey 07643
Telefon: +1 201 329 7839

WEISSRUSSLAND
Doka Belform IOOO
ul. Ponomarenko 43A, Office 304
220015 Minsk
Telefon: +375 17 213 0014



Zahlen
Fakten
Daten
Umdasch
worldwide

Umdasch Shopfitting Group GmbH

Josef Umdasch Platz 1
3300 Amstetten
Österreich
Telefon: +43 7472 605-0

DEUTSCHLAND

Umdasch Shopfitting GmbH

Josef Umdasch Straße 5-7
74933 Neidenstein
Telefon: +49 7263 401-0

Franz Jonas GmbH & Co. KG

Lessingstraße 18
46149 Oberhausen
Telefon: +49 208 6218-0

FRANKREICH

Umdasch Shopfitting SAS

7, rue du Chemin Blanc
91160 Champlan
Telefon: +33 1 60491840

GROSSBRITANNIEN

Umdasch Shopfitting Ltd.

4, The Gallery
54 Marston Street
Oxford, OX41LF
Telefon: +44 1865 207800

IRLAND

Umdasch Shopfitting Ltd.

Tinure Industrial Complex,
Monasterboice,
Drogheda, County Louth
Telefon: +353 1 4909941

ITALIEN

Umdasch Shopfitting S.r.l.

Zona produttiva Vurza 41
39055 Steinmannwald
Telefon: +39 0471 958700

ÖSTERREICH

Umdasch Shopfitting GmbH

Ottokar-Kernstock-Gasse 16
8430 Leibnitz
Telefon: +43 3452 700-0

Umdasch Metallfertigung GmbH

Ottokar-Kernstock-Gasse 16
8430 Leibnitz
Telefon: +43 3452 700-0

SCHWEIZ

Umdasch Shopfitting AG

Suhrerstrasse 57
5036 Oberentfelden
Telefon: +41 62 7372525

VEREINIGTE

ARABISCHE EMIRATE

Umdasch Shopfitting L.L.C.

22nd Street
Al Quoz Industrial Area 3
P.O.Box 182774
Dubai, U.A.E.
Telefon: +971 4 3417715

UMDASCH
SHOPFITTING

