

## PRESSEMITTEILUNG

Abdruck frei | Belegexemplar erbeten

Ulm, Januar 2022

111 Jahre Uzin Utz und „The Art of Floor Systems“

### Neues Markenbild für Uzin Utz Familie

**Uzin Utz, weltweit agierender Komplettanbieter für Bodensysteme, blickt zum 111-Jahre-Jubiläum mit neuem Erscheinungsbild in die Zukunft und vereint seine sechs Marken Uzin, Wolff, Pallmann, Arturo, Codex und Pajarito unter der Dachmarke Uzin Utz. Für den neuen Look der Markenfamilie mit dem Kampagnenmotto „The Art of Floor Systems“ entwickelte das Unternehmen ein Corporate Design für alle Marken, mit klaren Formen, Farben und hohem Wiedererkennungswert. Vor allem die Verpackungen überzeugen durch eine übersichtliche Gestaltung – mit deutlich weniger Text und mehr Informationen in Form von international gültigen Piktogrammen und QR-Codes.**

Blickfänger des neuen Designs sind ausgewählte Farben und individuelle Formen, sogenannte Abstracts, die jeder Marke der Uzin Utz Familie zugeordnet sind. Sie leiten sich aus den aktualisierten Markenlogos ab und erscheinen in ihrer signifikanten Form und ihrem Farbton auf allen Printunterlagen, Medienauftritten und Verpackungen. So zeigt sich beispielsweise Uzin in charakteristischem Blauton und U-Form, Pallmann mit Kreis in Orange und Codex mit kantiger Diagonale in kräftigem Grün. Alle Abstracts finden sich im neuen Keyvisual von „The Art of Floor Systems“.

### Synergien schaffen mit der Markenfamilie

Ziel des neuen Auftritts ist es, die sechs Marken mit ihrem breiten Produktportfolio von Verlegesystemen, Beschichtungen und Werkzeugen klarer als Familie sichtbar zu machen und Synergien in Bezug auf Produkte und Kundenservice über alle Marken hinweg aufzuzeigen. So wurden die einzelnen Logos und die Schrift markenübergreifend aktualisiert und alle Verpackungen mit Piktogrammen und einem QR-Code mit weiterführenden Informationen versehen. Wesentlich waren dabei die sehr gute Darstellungsqualität und

## PRESSEMITTEILUNG

Abdruck frei | Belegexemplar erbeten

Lesbarkeit der Schriften, gerade auch für den plakativen Einsatz auf Verpackungen. „Wir haben unseren Kunden zugehört und uns überlegt, welche Informationen für den Verarbeiter wichtig sind und welche schon von Weitem für den Transporteur und Lageristen auf einen Blick erkennbar sein sollen“, erläutert Vorstandsmitglied Philipp Utz. „Dementsprechend haben wir unsere Verpackungen neu gestaltet – klar strukturiert, aussagekräftig, einheitlich mit den wichtigsten Informationen in Text- und Bildform versehen und immer begleitet von unserem neuen Dachmarkenlogo Uzin Utz und dem Claim ‚Your Floor. Our Passion‘.“

### Verpackungen im neuen Markenlook

Die Vorteile auf einen Blick: ein deutlich hervorgehobener Produktname in plakativer großer und gut lesbarer Schrift, klar zugeordnete Markenfarben und -formen, komprimierte Informationen sowie für alle Anwender leicht verständliche Symbole. Anstelle langer Texte vermitteln international gültige Piktogramme schnell und einfach technische Informationen und Verarbeitungshinweise. „Wir haben teils mehrfach vorhandene Informationen entfernt und durch die sich ergänzenden Informationen der Produktbezeichnung, des Anwendungstextes und der Piktogramme ersetzt. Der Textanteil auf der Verpackung reduziert sich dadurch um bis zu 70 Prozent“, erklärt Philipp Utz. Labels, Umwelt- und Prüfzertifikate sowie ein QR-Code mit länderspezifischen Informationen etwa zu Produktdatenblättern in zahlreichen Sprachen oder Anwendervideos finden sich auf allen Verpackungen und geben schnell die erforderlichen Hinweise. Angaben zur Reichweite, Schichtdicke und zur benötigten Wassermenge ergänzen die Informationen für den Verarbeiter.

### Nachhaltig, auch bei der Einführung

Bei der Umstellung der Verpackung wurde auch hinter den Kulissen bei Uzin Utz vieles neu gedacht. So werden mithilfe eines Product Information Management Systems (PIM) Bild- und Produktdaten zentral gepflegt. Aufdrucke für die verschiedenen Gebinde lassen sich damit auf Knopfdruck in verschiedenen Sprachen just in time erstellen. Größere Mengen an Ausschuss und Abfall gehören damit in Zukunft der Vergangenheit an. Und dennoch werden die

## PRESSEMITTEILUNG

Abdruck frei | Belegexemplar erbeten

bisherigen Verpackungen noch eine Weile im Handel zu sehen sein, denn: „Die neuen Verpackungen gibt es ab Januar 2022. Sie sollen bis Ende 2023 von allen Gesellschaften in allen Ländern, in denen wir tätig sind, eingeführt werden“, so Phillip Utz. „Den Übergang halten wir aber bewusst fließend, da wir mit Blick auf die Umwelt zunächst alle Bestände vorhandener Verpackungen aufbrauchen möchten. Auch angesichts der aktuellen Rohstoffknappheit zeigt sich, wie wichtig nachhaltiges Wirtschaften ist.“

### Dachmarke Uzin Utz vereint die Marken

Das neue Dachmarkenkonzept vereint den Erfahrungsschatz aller Marken und steht für die gemeinsame Bodenkompetenz. „Mit unserer Kampagne ‚The Art of Floor Systems‘ feiern wir nicht nur höchste Handwerkskunst, sondern auch unsere Haltung zum Handwerk“, erklärt Uzin Utz Vorstand Julian Utz. „Wir wollen unseren Partnern effiziente Lösungen aus einer Hand bieten – und das neue Erscheinungsbild vermittelt unsere vielfältige Kompetenz und zugleich die Zusammengehörigkeit aller Marken von Uzin Utz.“

Weitere Informationen zum neuen Auftritt von Uzin Utz und zur Kampagne „The Art of Floor Systems“ gibt es auf einer separaten Internetseite unter [www.the-art-of-floor-systems.com](http://www.the-art-of-floor-systems.com)

### Kontakt

#### Tanja Peter

Head of Communications

[tanja.peter@uzin-utz.com](mailto:tanja.peter@uzin-utz.com)

T +49 731 4097-4729

F +49 731 4097-45 4729

#### Silvia Oster

Communications

[silvia.oster@uzin-utz.com](mailto:silvia.oster@uzin-utz.com)

T +49 731 4097-4751

F +49 731 4097-45 4751

## PRESSEMITTEILUNG

Abdruck frei | Belegexemplar erbeten

### Julia Schrapp

Communications

julia.schrapp@uzin-utz.com

T +49 731 4097-4779

F +49 731 4097-45 4729

### UZIN UTZ. YOUR FLOOR. OUR PASSION.

Der Komplettanbieter für Bodensysteme UZIN UTZ aus Ulm ist mit über 1.300 Mitarbeitern und einem Konzernumsatz von 383,6 Mio. Euro (2020) führend in der Entwicklung und Herstellung von Produkten und Maschinen rund um Estrich, Boden, Fliesen und Parkett. Die bauchemischen Produktsysteme zur Untergrundvorbereitung, Verlegung von Bodenbelägen und Oberflächenveredelung sowie Maschinen und Werkzeuge für die Boden- und Wandbearbeitung werden von den Konzernunternehmen nahezu alle selbst entwickelt und hergestellt und unter den international erfolgreichen Marken UZIN, WOLFF, PALLMANN, arturo, codex und Pajarito weltweit vertrieben. Seit 111 Jahren machen wir als Familienunternehmen die Welt der Böden zu unserer Berufung und unterstützen Handwerk, Planer, Architekten und Bauherren. Weitere Informationen unter [www.uzin-utz.com](http://www.uzin-utz.com)

### Bildmaterial: Uzin Utz

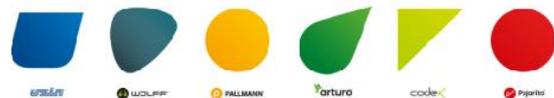
4 / 6

Bild 1



Alle einzigartig und doch aus einem Guss: Die Markenfamilie von Uzin Utz präsentiert sich in ihrem neuem Erscheinungsbild.

Bild 2



Sogenannte Abstracts sind jeder Marke der Uzin Utz Familie zugeordnet. Sie leiten sich aus den aktualisierten Markenlogos ab und erscheinen in ihrer signifikanten Form und ihrem Farbton auf u.a. dem Packaging.

## PRESSEMITTEILUNG

Abdruck frei | Belegexemplar erbeten

**Bild 3**



Alle Abstracts finden sich im neuen Keyvisual von „The Art of Floor Systems“.

**Bild 4**



Einheitlicher Auftritt im neuen Corporate Design: die sechs Marken unter der Dachmarke Uzin Utz.

**Bild 5**



Das typische Uzin-Blau und die U-Form ziehen sich über die Verpackungen der gesamten Produkte. Thilo Schumacher, Projektleitung, Mike Kowollik, Leitung Produktion, Tanja Peter, Projektverantwortung und Manfred Scherb, Leitung Produktmanagement (v.l.)

**Bild 6**



Uzin Gebinde im neuen Look: Ein weithin sichtbarer großer Produktname in charakteristischer Produktfarbe ermöglicht schnell die klare Zuordnung.

## PRESSEMITTEILUNG

Abdruck frei | Belegexemplar erbeten

**Bild 7**



Pallmann, der Spezialist für die Neuverlegung, Renovierung und Werterhaltung von Parkettböden, zeigt sich mit Kreis in Orange, abgeleitet von seinem Logo.

**Bild 8**



Vor allem die Verpackungen überzeugen durch eine übersichtliche Gestaltung – mit mehr Informationen in Form von international gültigen Piktogrammen und QR-Codes.