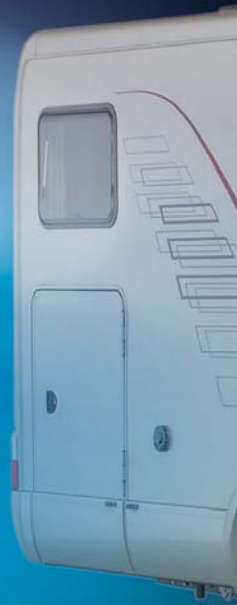


## Inhalt

Konzernlagebericht	60
Konzernabschluss	74



## ■ Konzernlagebericht



Geschäftsentwicklung	62
Ertragslage	64
Vermögens- und Kapitalstruktur	65
Forschung und Entwicklung	66
Investitionen	67
Risikomanagement	68
Ausblick	70
Chancen	72
Beziehungen zu verbundenen Unternehmen	73

## ■ Geschäftsentwicklung

Mit einer Umsatzsteigerung um 1,7 % oder 12,8 Mio. Euro verzeichnet der HYMER-Konzern das geringste Wachstum seit vier Jahren. Das Konzernergebnis nach Steuern liegt um 2,9 Mio. Euro unter dem Niveau des Vorjahres. Ursache für diese wenig erfreuliche Entwicklung ist weder das Marktumfeld noch eine mangelnde Nachfrage bzw. unbefriedigende Auftragsituation. Ursache hierfür ist vielmehr eine Entwicklung, die in der Caravaningbranche als einmalig bezeichnet werden muss und dafür verantwortlich ist, dass das Geschäftsjahr 2005/06 für die Reisemobilhersteller somit zu einem Jahr der besonderen Herausforderung wurde und gleichzeitig eine Weichenstellung für die Unternehmensentwicklung der zukünftigen Jahre darstellt. Dabei muss erwähnt werden, dass sich die Reisemobilbranche in der Vergangenheit als äußerst flexibel und anpassungsfähig erwiesen hat und es gewohnt war, Entwicklungsprozesse in kurzen Zeitintervallen durchzuführen.

Die nahezu zeitgleiche Modellerneuerung bzw. Modellpflege der Basisfahrzeuge bei den Herstellern Fiat, Ford, Iveco, Mercedes-Benz und Renault hat die Reisemobilbranche gezwungen, innerhalb eines relativ kurzen Zeitkorridors eine komplett neue Generation von Reisemobilen zu entwickeln. Neben den Anpassungen der Aufbauten an die neuen Basisfahrzeuge galt es, gleichzeitig den Anforderungen der nächsten Jahre bezüglich automotivem Design und Ausstattung gerecht zu werden und ergänzend den Kunden mit Innovationen und sichtbaren Produktverbesserungen für die eigene Marke zu gewinnen.

Sowohl Chassis-Hersteller als auch Zulieferer waren teilweise nicht in der Lage, den Konzernfirmen die notwendigen Materialien für die neue Reisemobilgeneration zeitnah vor dem Produktionsstart zur Verfügung zu stellen. Die Folgen waren ungeplante Produktionsausfälle in allen Produktionsstätten des Konzerns, hohe Fahrzeugbestände zum Geschäftsjahresende und damit verbunden ein Absatz- und Umsatzeinbruch im 4. Geschäftsquartal, der die bis zum 31. Mai 2006 anhaltend gute und deutlich über Plan liegende Unternehmensentwicklung abrupt beendete. Eine weitere Belastung des HYMER-Konzerns ergab sich durch die extrem hohe Anzahl der zu produzierenden Prototypen und der daraus abgeleiteten Nullserien als Basis für die folgende Serienfertigung.

Die Beurteilung und Bewertung des HYMER-Konzerns sollte daher unseres Erachtens unter Berücksichtigung dieser negativen Faktoren erfolgen.

Vom Gesamtumsatz des abgelaufenen Jahres in Höhe von 762,8 Mio. Euro (Vj. 750,0 Mio. Euro) entfallen 252,4 Mio. Euro auf den Inlandsverkauf. Im Vergleich zum Vorjahr ist dies ein Rückgang um 7,4 Mio. Euro oder 2,9 %. Erfreulich war die Umsatzentwicklung beim Caravan, die sich um 3,8 Mio. Euro oder 11,2 % auf 38,0 Mio. Euro erhöht hat.

Die rückläufige Entwicklung im Inland konnte durch eine Umsatzsteigerung im Export in Höhe von 20,2 Mio. Euro auf 510,4 Mio. Euro kompensiert werden.

Der Caravanbereich hatte am Gesamtumsatz einen Anteil von 132,0 Mio. Euro, ein Plus von 14,3 Mio. Euro oder 12,1 %. Die Reisemobile steuerten einen Anteil in Höhe von 573,6 Mio. Euro (Vj. 574,0 Mio. Euro) bei, der Umsatzanteil der sonstigen Umsätze betrug 57,2 Mio. Euro (Vj. 58,3 Mio. Euro).

Insgesamt basiert dieses Umsatzvolumen auf einem Absatz von insgesamt 25.438 (Vj. 24.594) Freizeitfahrzeugen, die sich in 11.355 (Vj. 10.758) Caravans und 14.083 (Vj. 13.836) Reisemobile aufteilen.

Die relativ geringfügige Umsatzsteigerung hat nicht ausgereicht, die bereits geschilderten negativen Effekte nur annähernd auszugleichen. Zusätzlich ergibt sich für den Konzern eine Ergebnisbelastung aufgrund eines unbefriedigenden Ergebnisses der Hymer France S.A.S., das durch unzureichende Produktivität und mangelhafte Prozesse verursacht wurde. Eine weitere, wenn auch in der Unternehmensplanung berücksichtigte Ergebnisverschlechterung ergibt sich durch die Vorlaufkosten des neuen Produktionswerkes CAPRON (CARAVANPRODUKTION Neustadt) in Höhe von 0,7 Mio. Euro.

Insgesamt ergibt sich unter Berücksichtigung der Einzelergebnisse der HYMER AG, Hymer France S.A.S., Capron GmbH, Bürstner GmbH, Laika Caravans S.p.A. und Movera GmbH für den HYMER-Konzern ein Ergebnis vor Ertragsteuern in Höhe von 44,2 Mio. Euro. Gegenüber dem Vorjahr ist dies ein Rückgang um 4,9 Mio. Euro oder 10,0 %.

Geschäftsentwicklung	62
Ertragslage	64
Vermögens- und Kapitalstruktur	65
Forschung und Entwicklung	66
Investitionen	67
Risikomanagement	68
Ausblick	70
Chancen	72
Beziehungen zu verbundenen Unternehmen	73

## ■ Ertragslage

Im Konzern ist insbesondere aufgrund der Auslandsnachfrage die Gesamtleistung um 2,6 % bzw. 19,3 Mio. Euro gestiegen, was im Wesentlichen auf die Entwicklung bei HYMER und Bürstner zurückzuführen ist. Zu den wichtigsten Exportländern gehören nach wie vor Frankreich, Großbritannien, Italien und Niederlande.

Die im Vorjahresvergleich um 5,0 Mio. Euro höheren Erträge aus der Aktivierung von Eigenleistungen betreffen die aufgrund des Modellwechsels ausgeweiteten Entwicklungskosten. Die Bestandsveränderung der Erzeugnisse hat mit 1,4 Mio. Euro zur Erhöhung der Gesamtleistung beigetragen.

Die Personalkosten sind geringfügig um 1,7 Mio. Euro auf 120,5 Mio. Euro gestiegen.

Durch die Einführung der neuen Produkte ist auch bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen gegenüber dem Vorjahr ein Anstieg zu verzeichnen, sie erhöhten sich um 2,8 Mio. Euro oder 5,2 % auf 56,4 Mio. Euro, die Quote im Verhältnis zur Gesamtleistung stieg ebenfalls um 0,2 Prozentpunkte auf 7,2 %.

Obwohl die Gesamtleistung gegenüber dem Vorjahr um 19,3 Mio. Euro gesteigert werden konnte, verschlechterte sich das operative Ergebnis um 7,8 % oder 4,3 Mio. Euro von 55,2 auf 50,9 Mio. Euro, da sich der Materialaufwand um 16,2 Mio. Euro leicht überproportional erhöht hat. In diesem Betrag ist der Aufwand für gewerbliche Leiharbeiter in Höhe von 9,1 Mio. Euro enthalten.

Das Finanzergebnis veränderte sich um 9,3 % oder -0,6 Mio. Euro von -6,1 auf -6,7 Mio. Euro.

Die Ertragsteuern sind um 10,4 % bzw. 2,0 Mio. Euro niedriger als im Vorjahr, was auf den Rückgang des Ergebnisses vor Ertragsteuern von 49,1 auf 44,2 Mio. Euro zurückzuführen ist. Demzufolge reduzierte sich das Ergebnis nach Steuern um 2,9 Mio. Euro oder 9,7 % auf 27,1 Mio. Euro.

## ■ Vermögens- und Kapitalstruktur

Die Bilanzsumme des Konzerns hat sich gegenüber dem Vorjahr um 35,0 Mio. Euro oder 9,0 % erhöht.

Die Erhöhung der langfristigen Vermögenswerte beruht auf einem überproportionalen Anstieg bei den immateriellen Vermögenswerten um 121,3 %. Er ergibt sich aus dem deutlich höheren Ansatz der aktivierten Entwicklungskosten, die aufgrund des umfangreichen Modellwechsels verursacht wurden.

Die Veränderung im übrigen Anlagevermögen um 17,7 Mio. Euro ist im Wesentlichen auf zukunftsichernde Investitionen bei der HYMER AG in den Standort Bad Waldsee zurückzuführen.

Das leicht gestiegene Geschäftsvolumen bewirkte eine Erhöhung der kurzfristigen Vermögenswerte. Dies ist hauptsächlich auf den Anstieg der Vorräte zurückzuführen, die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen konnten dagegen um fast 7,0 % reduziert werden. Der Bestand an fertigen Erzeugnissen und Waren ist mit 89,5 Mio. Euro um 13,7 Mio. Euro höher als im Vorjahr (Vj. 75,8 Mio. Euro).

Der Forderungsbestand ist um 5,4 Mio. Euro gesunken, wobei für eventuelle Ausfälle Wertberichtigungen auf Forderungen und Besitzwechsel in Höhe von 1,8 Mio. Euro (Vj. 1,5 Mio. Euro) berücksichtigt wurden.

Die sonstigen finanziellen Vermögenswerte enthalten im Wesentlichen debitorische Kreditoren, Bonusforderungen gegen Fahrzeughersteller, Darlehensforderungen, Forderungen gegen Versicherungen sowie sonstige Forderungen.

Das Eigenkapital wuchs um 21,9 Mio. Euro oder 14,0 %, was zu einer Verbesserung der Eigenkapitalquote des HYMER-Konzerns, also des Verhältnisses von Eigenkapital zur Bilanzsumme auf 42,3 % (Vj. 40,4 %) führte.

Die Eigenkapitalrendite ohne Berücksichtigung der Ertragsteuern ist bei rückläufigem Ergebnis vor Steuern von 34,0 % im Vorjahr auf 26,4 % gesunken, auch als Folge der Erhöhung des Eigenkapitals.

Die Gewinnrücklagen erhöhten sich um 21,9 Mio. Euro oder 16,8 %.

Die langfristigen Schulden veränderten sich gegenüber dem Vorjahr geringfügig auf 73,6 Mio. Euro, dies entspricht einer Steigerung um 4,7 %.

Die Veränderung der sonstigen finanziellen Schulden um 15,4 % oder 14,2 Mio. Euro von 92,0 auf 106,2 Mio. Euro ergibt sich hauptsächlich aus dem Anstieg der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, was auf die Aufnahme kurzfristiger Mittel zurückzuführen ist, wobei die zugesagten Kreditlinien nicht ausgeschöpft wurden.

Dagegen wurden die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 2,7 Mio. Euro von 40,4 Mio. Euro auf 37,7 Mio. Euro reduziert.

Die um 3,4 Mio. Euro niedrigeren sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten resultieren im Wesentlichen aus Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern, Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit und Verbindlichkeiten gegenüber Finanzämtern.

Geschäftsentwicklung	62
Ertragslage	64
Vermögens- und Kapitalstruktur	65
Forschung und Entwicklung	66
Investitionen	67
Risikomanagement	68
Ausblick	70
Chancen	72
Beziehungen zu verbundenen Unternehmen	73

## ■ Forschung und Entwicklung

Die Entwicklungsarbeiten werden an allen Standorten des HYMER-Konzerns durchgeführt.

Durch weiterhin innovative Produkte können wir unsere Wettbewerbsposition festigen und ausbauen. Im Berichtsjahr 05/06 wurde ein Wechsel der Chassis bei sämtlichen Baureihen umgesetzt, die Fahrzeuge entsprechen mit ihren Motoren der EU-Norm 4 und damit den hohen Vorgaben zur Reduzierung der Schadstoffbelastung sowie den neuesten Anforderungen bei Fahrdynamik und Fahrsicherheit.

Des Weiteren wurden Entwicklungen bzgl. Erweiterung der Produktpalette sowie der Überarbeitung und Anpassung der Produktlinien vorgenommen.

Die im Geschäftsjahr 2005/06 aktivierten Entwicklungskosten liegen um 4,4 Mio. Euro bzw. 172,2 % über Vorjahresniveau.

Die Herstellungskosten für Entwicklung umfassen dabei die direkt dem Entwicklungsprozess zurechenbaren Kosten. Mit der Markteinführung der Neuentwicklungen beginnt die planmäßige Abschreibung und läuft linear über die jeweilige voraussichtliche Nutzungsdauer von in der Regel 5 Jahren.



## ■ Investitionen

Der HYMER-Konzern hat im Geschäftsjahr 2005/06 über 31 Mio. Euro in Sachanlagen investiert. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem Anstieg um fast 8 Mio. Euro. Ungefähr ein Drittel dieser gesamten Investitionssumme ist allein am Standort Bad Waldsee für die Erstellung einer neuen, hochmodernen Montagehalle samt technischen Einrichtungen angefallen.

Ein ebenso nicht unerheblicher Teil des Investitionsvolumens floss bei allen zum Konzern gehörenden Unternehmen in die Herstellung bzw. Anschaffung von neuen Werkzeugen. Mit dem noch verbleibenden Betrag wurden Ersatzinvestitionen getätigt oder in die Erhöhung des Automatisierungsgrades investiert.

Die Einführung eines neuen ERP-Systems verbessert die internen Abläufe, das Informationswesen und trägt wesentlich dazu bei, die Unternehmenssteuerung zu optimieren.



Geschäftsentwicklung	62
Ertragslage	64
Vermögens- und Kapitalstruktur	65
Forschung und Entwicklung	66
Investitionen	67
Risikomanagement	68
Ausblick	70
Chancen	72
Beziehungen zu verbundenen Unternehmen	73

## ■ Risikomanagement

Die Fortführung des detaillierten monatlichen Berichtswesens und die interne Festlegung von Risikofeldern sowie deren Erfassung und Kommunikation waren auch im Berichtszeitraum ein wesentlicher Bestandteil des konzernweiten Risikomanagements.

Dabei sind die wesentlichen Kennzahlen zum Geschäftsverlauf, zu Planabweichungen und die kontinuierliche Beobachtung sowie unverzügliche Meldung von Risiken elementarer Inhalt der Berichterstattung.

In einem speziellen Risikohandbuch sind die Elemente des Risikofrüherkennungssystems, insbesondere die relevanten Systemkomponenten, Funktionen und Verantwortungsträger detailliert dokumentiert.

Wie in den Vorjahren wird die Geschäftsentwicklung maßgeblich durch den Export bestimmt. Gemäß diesem Trend stieg die Exportquote im Vergleich zum Vorjahr um 1,5 Prozentpunkte von 65,4 auf 66,9 %. Dabei lagen die erfolgreichen Absatzmärkte vorrangig in Westeuropa. Da wir ausschließlich in Euro fakturieren, besteht keine Notwendigkeit Kursicherungsgeschäfte abzuwickeln. Unsere Maßnahme, das Finanzierungssystem bei Ausstellungsfahrzeugen im Geschäftsjahr

2001/02 in Deutschland umzustellen, hat sich bis heute bestens bewährt. Diese Umstellung hat zu einer wesentlichen Reduzierung der Handelswechsel geführt und somit das Ausfallrisiko unserer Forderungen signifikant verringert.

Gleichwohl behalten wir als zusätzliche Sicherung die für die Zulassung erforderlichen Dokumente in Verwahrung. Mitarbeiter unseres Hauses führen darüber hinaus regelmäßig Bestandskontrollen durch. Sollten unerwartete Risiken erkennbar werden, so finden diese in der Ertragsrechnung durch entsprechende Wertberichtigungen umgehend Berücksichtigung.

Sehr viel schwieriger gestaltet sich die Finanzierung von Fahrzeugen im Ausland. Erfreulicherweise ist es uns gelungen, mit einem europaweit tätigen Partner im Finanzierungsbereich Verträge zu schließen, die es ermöglichen, Fahrzeuge im Ausland zu finanzieren und somit das Ausfallrisiko nochmals deutlich zu reduzieren.

Beispielsweise können sich auch unternehmensintern Risiken durch die nicht rechtzeitige Bereitstellung des Produktionsmaterials ergeben. Produktionsausfälle oder -verschiebungen werden deshalb durch ein exakt abgestimmtes Beschaffungssystem und eine sensible Planung im Bereich der Basisfahrzeuge weitgehend reduziert. Außerdem vermindern strategische und firmenübergreifende Maßnahmen im Einkaufs- und Logistikbereich zusätzlich eventuelle Risikofaktoren.

Nicht vorhersehbar sind Unsicherheiten durch staatliche Maßnahmen. So können Vorgaben im Zeichen des Umweltschutzes oder im Bereich der Sicherheitsstandards zu unerwarteten und erheblichen Mehrbelastungen führen. Dazu gehört beispielsweise das Altfahrzeuggesetz, das die Entsorgung von Altfahrzeugen durch die jeweiligen Hersteller regelt. Wir haben durch den Ansatz von Rückstellungen für diese Belastungen Vorsorge getroffen. Eine Vielzahl weiterer Regulierungen stellen für uns keine wesentlichen Risiken dar. Unser Unternehmen kann aufgrund seiner Stärke und Innovationskraft die eventuellen Auswirkungen derartiger Entwicklungen ausreichend abfedern.

Die erforderliche Finanzstrategie zur Sicherstellung der Liquidität erfolgt auf Basis einer mittel- und kurzfristigen Finanzplanung. Diesbezüglich erläutern wir in regelmäßigen Gesprächen mit unseren Hausbanken die aktuelle Geschäftsentwicklung des Konzerns und die Perspektiven der Branche generell.

Eine weitere Maßnahme im Rahmen des Risikomanagements war der Bau eines überdachten Stellplatzes für maximal 900 Freizeitfahrzeuge, die zur Auslieferung bereitstehen. In der Vergangenheit gefährdeten überdurchschnittlich oft Hagelschäden diese Neufahrzeuge. Daraus ergab sich eine sinkende Bereitschaft der Versicherungsunternehmen, die Schäden abzudecken und die Tendenz, den verbleibenden Schutzanspruch mit stetig steigenden, hohen Prämien abzusichern. Vor diesem Hintergrund wird sich die wirtschaftliche Investition in die Überdachung binnen weniger Jahre amortisieren bei gleichzeitig umfassendem Schutz unserer Neufahrzeuge durch die neue Anlage.

Geschäftsentwicklung	62
Ertragslage	64
Vermögens- und Kapitalstruktur	65
Forschung und Entwicklung	66
Investitionen	67
Risikomanagement	68
Ausblick	70
Chancen	72
Beziehungen zu verbundenen Unternehmen	73

## Ausblick

Das 1979 gegründete BAT-Freizeit-Forschungsinstitut beurteilt in seiner Buchreihe „Zukunft, Bildung, Lebensqualität“ die Freizeitwirtschaft als Deutschlands größten Arbeitgeber. Weit über sechs Millionen Menschen sind in den einzelnen Freizeitsektoren beschäftigt. Die Branchen Tourismus, Medien, Kultur, Sport und Unterhaltung sind die Zukunftsmärkte, die auf absehbare Zeit Wachstum erwarten dürften. Die Freizeitwirtschaft hat sich zur Leitökonomie der Zukunft entwickelt.

Wir teilen weitgehend diese Aussagen und die damit verbundenen Prognosen für die Zukunft. Dabei sind wir der festen Überzeugung, dass der HYMER-Konzern als bedeutender Teil der europäischen Caravaningbranche von dieser Entwicklung in starkem Maße profitieren wird. Weitere positive Faktoren, insbesondere für unsere Branche, sind das wachsende Bedürfnis nach individueller Urlaubsgestaltung, die enge Verbundenheit der Kunden zu unserer Urlaubsform, das Kommunikationsverhalten und last but not least die demografische Entwicklung. So heißt es in der Studie zum Thema Zukunft des Tourismus: "Wer also heute auf die drei Generationen 50plus, 65plus und 80plus setzt, besetzt und besitzt die Wachstumsfelder der Zukunft."

Der HYMER-Konzern hat diese Erkenntnisse bereits in der Vergangenheit erfolgreich umgesetzt und wird diese Entwicklung auch zukünftig als wichtigen Bestandteil der Produkt- und Marketingpolitik berücksichtigen.

Aktuell lassen alle die Caravaningbranche betreffenden Statistiken und Prognosen die Schlussfolgerung zu, dass auch im kommenden Jahr die Wachstumspotenziale überwiegend im Export liegen dürften. Dies um so mehr, als sich die bevorstehende Mehrwertsteuererhöhung mit großer Wahrscheinlichkeit absatzhemmend auswirken wird. In diesem Zusammenhang ist fest-

zustellen, dass die Mehrwertsteuererhöhung zum 1. Januar 2007 keine oder nur geringe Vorzieheffekte brachte und somit der erhoffte Nachfrageschub ausblieb.

Der bereits vielfach zitierte Chassiswechsel bei den Reisemobilen hat zur Folge, dass sich alle Wettbewerbsfirmen mit neuen Reisemobilen am Markt präsentieren und zum Teil auch neu positionieren. Diese in der Branche bis dato noch nie aufgetretene Situation kann je nach Modellpolitik zu erheblichen Marktveränderungen führen und die Absatz- und Umsatzerwartungen der einzelnen Firmen maßgeblich – sowohl positiv als auch negativ – beeinflussen.

Aus diesem Grund hatten der Caravan Salon Düsseldorf und die sich anschließenden europäischen Messen als Plattform für unsere neuen Modelle eine besondere Bedeutung. Die Akzeptanz durch den Kunden dient als Gradmesser unserer Modellpolitik und ist entscheidend für die erfolgreiche Unternehmensentwicklung in den nächsten Jahren.

Die erzielten Messeergebnisse und die europaweit große Nachfrage nach Reisemobilen der Marken HYMER, Niesmann+Bischoff, Bürstner und Laika bestätigen die erfolgreiche Modellpolitik der einzelnen Unternehmen. Obwohl es dem Haus HYMER noch nicht gelungen ist, die vom Handel bestellten Vorführfahrzeuge termingerecht auszuliefern, ist die Produktionskapazität aufgrund der zahlreich eingegangenen Kundenaufträge und Dispositionen des Handels für das laufende Geschäftsjahr trotz Kapazitätssteigerung ausgeschöpft.

In dieser Entwicklung der Marke HYMER sehen wir die Bestätigung, dass wir ungeachtet der erheblichen Schwierigkeiten und der noch vor uns liegenden Probleme eine sehr erfolgreiche Entwicklungs- und Modellpolitik über alle

Baureihen unseres Reisemobilprogramms betrieben haben, die es uns erlaubt, positiv in die Zukunft zu blicken. Bestätigt wird dabei auch nachträglich die Entscheidung für den Bau der neuen Montagehalle mit einer Grundfläche von rund 24.000 Quadratmeter, die es erst ermöglicht, die erforderliche Kapazität bereitzustellen. Die schrittweise Inbetriebnahme erfolgt ab Januar 2007 und wird voraussichtlich Anfang 2008 abgeschlossen sein. Obwohl aufgrund der Produktionsverlagerung spürbare Produktivitätssteigerungen zu erwarten sind, wird der in Etappen durchzuführende Umzug der einzelnen Montagebänder kurzfristig zu Produktivitätsverlusten führen.

Mit der aktuellen Produktion befinden wir uns noch bei einer Vielzahl von Reisemobilmodellen in der Produktionsanlaufphase, die zu erhöhten Produktionskosten pro Stück führt. Erhebliche Belastungen ergeben sich trotz aller durchgeführten, gegensteuernden Maßnahmen aus einer unverändert anhaltenden, nicht termingerechten Materialbereitstellung seitens einer Vielzahl von Lieferanten, was zu unfertig vom Band laufenden Fahrzeugen führt. Nachdem zum Nachrüsten dieser Fahrzeuge qualifiziertes Personal benötigt wird, das wiederum auch in den Produktionsprozess integriert ist, wird sich dieser Nachrüstprozess voraussichtlich noch bis in das Frühjahr erstrecken und auch mit Mehrkosten verbunden sein.

Entgegen unseren Erwartungen ist es trotz Einsatz externer Unterstützung und eines umfangreichen Maßnahmenplans, der in wesentlichen Elementen umgesetzt wurde, nicht gelungen, den angestrebten "turn around" bei der Hymer France S.A.S. zu realisieren. Zur Erreichung dieses Zieles und der angestrebten Standortsicherung wurden daher auf Managementebene wichtige Personalent-

scheidungen getroffen. So obliegt die Führung des Unternehmens zukünftig zwei neu ernannten Geschäftsführern, die sich analog der bewährten Führungsstruktur in den anderen Konzernfirmen die Aufgabenbereiche Technik, kaufmännische Verwaltung und Vertrieb/Marketing teilen. Ergänzend hierzu wurden die für die Unternehmensentwicklung sehr bedeutsamen Funktionsbereiche Produktion und Qualitätssicherung neu besetzt. Begleitet werden diese Maßnahmen durch eine bereits teilweise umgesetzte Standardisierung der in Cernay und Bad Waldsee produzierten Reisemobile, um sowohl Entwicklungs- als auch Produktionskosten einzusparen.

Die Neustrukturierung des Standorts Cernay wird kurzfristig zu einem Mehraufwand führen und damit auch das Ergebnis des Geschäftsjahres 2006/07 belasten.

Diese Sonderfaktoren, die in ihrer quantitativen Auswirkung schwer zu erfassen sind, erlauben es uns derzeit nicht, eine exakte Prognose für das Ergebnis der HYMER AG im laufenden Geschäftsjahr abzugeben. Es ist jedoch aufgrund der bereits eingetretenen Belastungen davon auszugehen, dass es trotz aller Anstrengungen und Bemühungen voraussichtlich nicht mehr möglich sein dürfte, die Umsatzwerte und das Ergebnis vor Ertragsteuern des Geschäftsjahres 2005/06 zu erreichen.

Diese Aussagen gelten auch für die Ausführungen zu den jeweiligen Firmen des HYMER-Konzerns. Lediglich der Umfang der Belastungen aus dem Modellwechsel ist – entsprechend der Anzahl der eingesetzten Basisfahrzeuge und dem Umfang der umgesetzten modellpolitischen Veränderungen – unterschiedlich.

Geschäftsentwicklung	62
Ertragslage	64
Vermögens- und Kapitalstruktur	65
Forschung und Entwicklung	66
Investitionen	67
Risikomanagement	68
Ausblick	70
Chancen	72
Beziehungen zu verbundenen Unternehmen	73

## ■ Chancen

Die bereits seit längerer Zeit sichtbar steigende Nachfrage nach preiswerten Caravans und Reisemobilen können wir aufgrund unserer Angebots- und Kostenstruktur nur unzureichend bedienen. Zur zukünftigen Absicherung unserer Vertriebsstruktur, zur Gewinnung neuer Zielgruppen und Absicherung unseres eigenen Vertriebsprogramms war die Entscheidung für ein Gemeinschaftsunternehmen der HYMER AG und der Dethleffs GmbH & Co. KG, das sich auf die Produktion von Caravans und Reisemobilen im Preiswert-Segment konzentriert, zwingend erforderlich.

Mit dieser Zielsetzung erfolgte am 12. Juli 2005 die Gründung der CAPRON GmbH. Der Start der Produktion wird Ende November 2006 erfolgen. Die für die HYMER AG produzierten Fahrzeuge werden im Rahmen einer neu gegründeten und eigenständigen 100-prozentigen Tochtergesellschaft, die unter dem Namen Carado GmbH firmiert, vertrieben. Die Produkteinführung erfolgte erstmals im Rahmen des Caravan Salon Düsseldorf. Die Resonanz der Kunden und der Händlerschaft entspricht unseren Erwartungen und ist zugleich Bestätigung unserer Entscheidung. Aufgrund der Produkthanlaufkurve erwarten wir für das laufende Geschäftsjahr 2006/07 ein Absatzvolumen von circa 500 Freizeitfahrzeugen.

Wenngleich die Modellentwicklung für den Unternehmenserfolg eine herausragende Bedeutung hat, muss diese dennoch auch durch innovative Verkaufsstrukturen begleitet und unterstützt werden. Dementsprechend wurde das bereits im Geschäftsbericht 2004/05 publizierte Projekt EXPOCAMP am 23. September 2006 im Beisein des Ministerpräsidenten von Baden-Württemberg, Herrn Günther H. Oettinger eröffnet. Das als Vertriebs- und Servicezentrum konzipierte EXPOCAMP, eingebunden in das bestehende Netzwerk von kompetenten Handelspartnern des HYMER-Konzerns, wird zu einem weiteren Imagegewinn der beteiligten Firmen und zu einer Stärkung der Marktstellung beitragen. Der Messecharakter von EXPOCAMP erschließt uns neue Interessenten für unsere Urlaubsform und unsere Produkte, Besitzer von Caravans und Reisemobilen genießen das Ambiente und nutzen das umfangreiche Angebot an Service- und Dienstleistungen.

Die Neugestaltung der Reisemobile hat bei allen Konzernmarken händler- und kundenseitig große Zustimmung erfahren. Damit ist für die nächsten Jahre die Basis einer positiven Unternehmensentwicklung geschaffen. Insbesondere LAIKA hat aufgrund permanenter gestiegener Imagewerte und einer sehr marken- und händlerorientierten Vertriebspolitik noch erhebliches Wachstumspotential, das jedoch in den derzeitigen Produktionsstätten nur bedingt zu realisieren ist. Umso bedauerlicher ist es, dass sich das Genehmigungsverfahren für den Werksneubau unerwartet in die Länge zieht. Wir gehen davon aus, dass erst im Kalenderjahr 2008 mit einer Inbetriebnahme des neuen Produktionswerkes zu rechnen ist.

## ■ Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

Auf eine positive Absatz- und Umsatzentwicklung kann die im Zubehör-Großhandel tätige Movera GmbH zurückblicken, obwohl sich durch neue Anbieter aus dem Bereich der Discounter der Wettbewerbsdruck verschärft hat. Ein neues Shopkonzept, das beispielhaft bei der EXPOCAMP umgesetzt wurde, soll der Handelsorganisation als Vorbild dienen und dazu beitragen, die Umsätze u. a. durch entsprechende Produktpräsentation zu steigern.

Die Erreichung der Unternehmensziele wird maßgeblich davon abhängen, inwieweit es gelingt, die Probleme, die in erheblichem Maße durch nicht termingerechte Materialbereitstellung der Zulieferindustrie verursacht sind, schnell zu lösen.

Nur dadurch ist es möglich, wieder zu stabilen Produktionsprozessen zurückzufinden und die geplante Produktionsleistung zu erreichen.

Positiv ist zu vermerken, dass der Konzern modellpolitisch hervorragend aufgestellt ist und damit die Basis für ein gesundes Wachstum in den kommenden Jahren gelegt ist.

Weitere Vorgänge von besonderer Bedeutung nach Abschluss des Geschäftsjahres sind nicht eingetreten.

Der Vorstand erklärt gemäß § 312 Absatz 3 AktG, dass unsere Gesellschaft nach den Umständen, die zu dem Zeitpunkt bekannt waren, in dem das Rechtsgeschäft vorgenommen wurde, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhielt.