

**TRIGANO**

**2005**  
Geschäftsbericht



Die erfolgreiche Geschäftsentwicklung von **TRIGANO** beruht auf der Wahrung einer ausgeglichenen Mischung aus organischem Wachstum, Dynamik der Kernmärkte und externem Wachstum. Der Erfolg des Unternehmens ist weitgehend seiner Fähigkeit zu verdanken, eine stark dezentralisierte Organisationsstruktur mit multikulturellen Teams zu führen und dabei stets alle Synergien zwischen den verschiedenen Business Units voll auszunutzen.

## Inhalt

Profil	1
Gespräch mit dem Vorstandsvorsitzenden	4
Know-how im externen Wachstum	6
Eine wichtige Akquisition	7
Aktive Freizeit	8
Geschäftsbereich Freizeitfahrzeuge	10
Geschäftsbereich Freizeit-ausrüstung	13
Corporate Governance	14
Ausgezeichnete Perspektiven	15
Informationen für die Aktionäre	16



## Profil

**Umsatz: 785,7 Millionen €**  
+ 12,0 %

Eine durchschnittliche  
Steigerung von mehr als **15 %**  
im Schnitt der letzten 10 Jahre.

**Betriebsergebnis: 78,0 Mio. €**  
+ 4,8 %

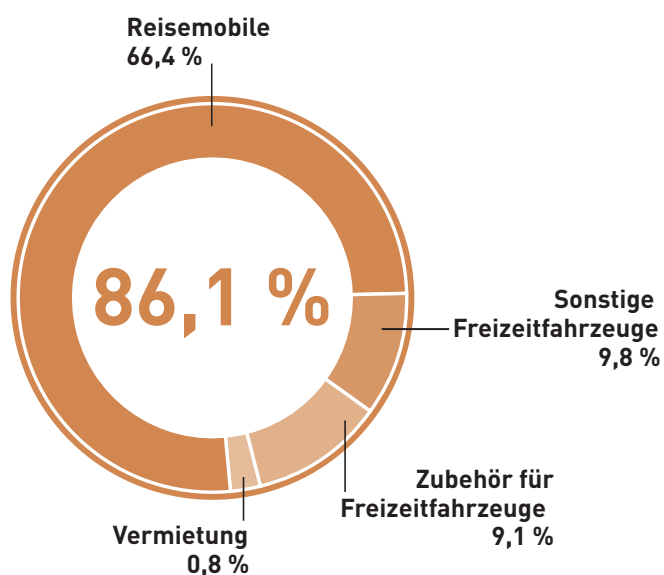
Einer der Marktführer auf den  
europäischen Märkten für  
Freizeitfahrzeuge und Anhänger.

**3 879 Mitarbeiter**

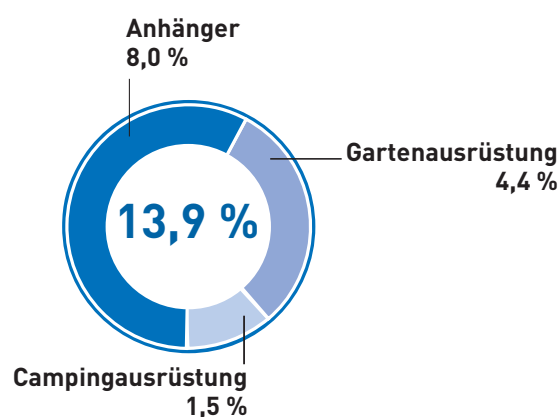
**TRIGANO** ist spezialisiert auf die Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Freizeitfahrzeugen. TRIGANO ist europäischer Marktführer im Reisemobil-Markt und verfügt über ein europaweites Netz professioneller, loyaler und motivierter Handelspartner. Das engmaschige Vertriebsnetz auf den wichtigsten Märkten gewährleistet einen stabilen Fahrzeugabsatz wie auch den Vertrieb von ergänzenden Produkten mit hohen Margen (Zubehör, Vermietung, Finanzierung).

**TRIGANO** konnte ebenfalls seine Geschäftsposition weiter erfolgreich ausbauen bei der Fertigung von Anhängern, wo das Unternehmen heute einer der beiden Marktführer in Europa ist, sowie in den Geschäftsbereichen Garten- und Campingausrüstung, dem historischen Kerngeschäft des Unternehmens.

### Umsatz-Verteilung nach Geschäftsbereichen



**Freizeitfahrzeuge: 676,1 Mio. €**

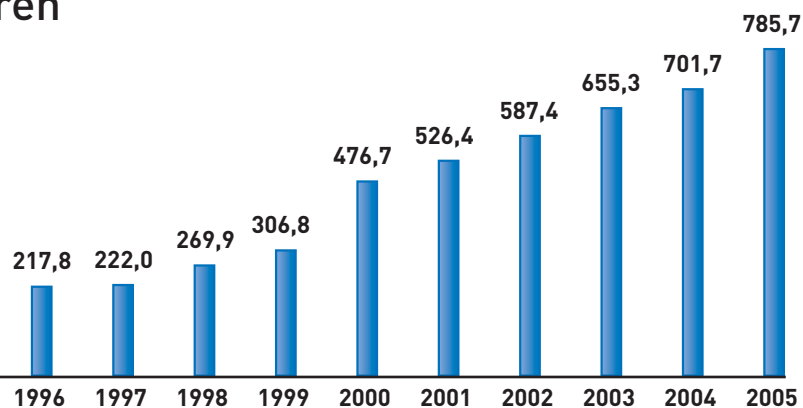


**Freizeitgestaltung: 109,6 Mio. €**

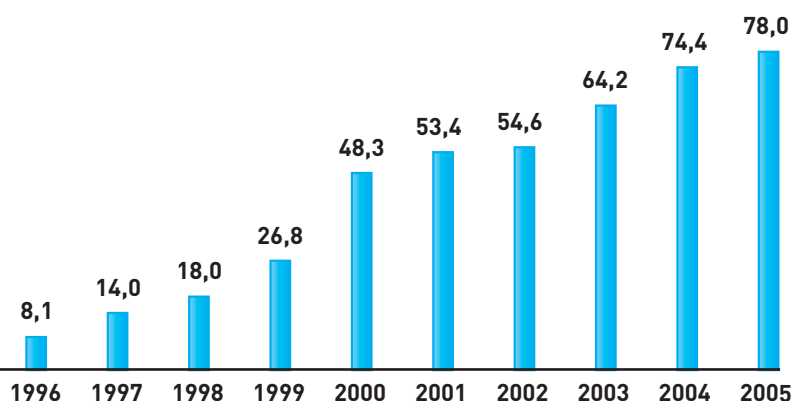
# TRIGANO in Zahlen

## Performance der letzten 10 Jahren

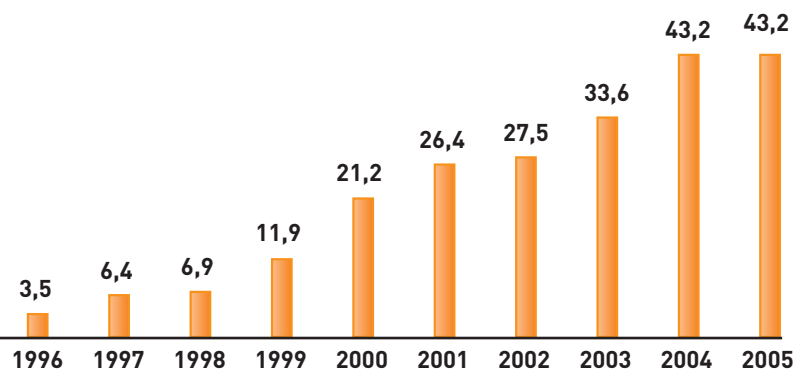
Umsatz (in Mio. €)



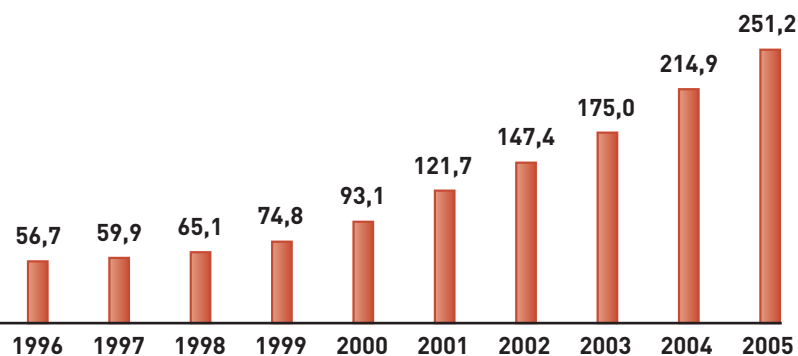
Betriebsergebnis (in Mio. €)



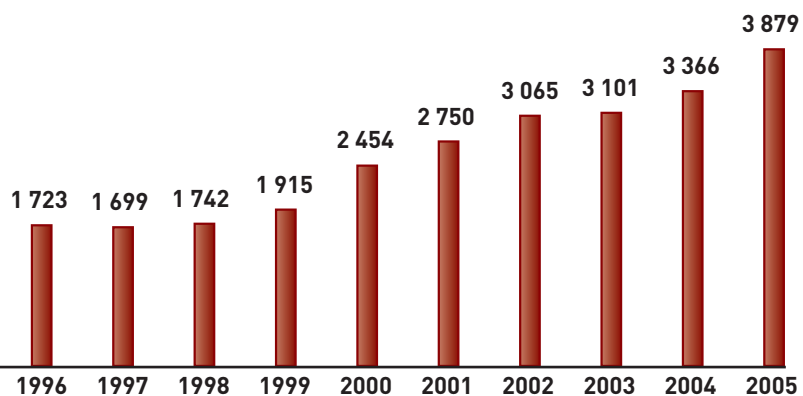
Jahresüberschuss (in Mio. €)



Eigenkapital Anteil der Gruppe (in Mio. €)



Mitarbeiter







## Vereinfachte Bilanz zum 31. August (in Mio. €)

	2005	2004	2003	2002	2001
Goodwill	32,5	32,6	32,1	32,2	28,8
Anlagevermögen	98,9	64,8	63,5	64,9	58,8
Vorräte	199,7	146,9	135,2	137,9	110,1
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	163,2	158,2	147,4	139,7	113,9
Liquide Mittel	53,7	44,5	37,9	33,0	20,5
<b>SUMME AKTIVA</b>	<b>548,0</b>	<b>447,0</b>	<b>416,1</b>	<b>407,7</b>	<b>331,5</b>
Eigenkapital (Anteil der Gruppe)	251,2	214,9	175,0	147,4	121,7
Anteile Minderheitsgesellschafter	1,7	1,7	2,3	2,3	1,5
Rückstellungen	15,2	11,5	10,8	10,1	8,3
Finanzverbindlichkeiten	105,6	64,8	87,1	95,5	80,4
Sonstige Verbindlichkeiten	174,3	154,1	140,9	152,4	119,6
<b>SUMME PASSIVA</b>	<b>548,0</b>	<b>447,0</b>	<b>416,1</b>	<b>407,7</b>	<b>331,5</b>

## Gewinn- und Verlustrechnung zum 31. August (in Mio. €)

	2005	2004	2003	2002	2001
<b>Umsatz</b>	<b>785,7</b>	<b>701,7</b>	<b>655,3</b>	<b>587,4</b>	<b>526,4</b>
Bestandsveränderung	11,6	7,3	-10,5	5,8	6,8
Materialaufwand	-597,4	-521,1	-480,3	-443,0	-403,5
Personalaufwand	-116,1	-98,9	-93,1	-85,5	-77,5
Sonstige Aufwendungen und Erträge	-5,8	-14,6	-7,2	-10,1	1,2
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>78,0</b>	<b>74,4</b>	<b>64,2</b>	<b>54,6</b>	<b>53,4</b>
Finanzergebnis	-4,0	-3,9	-5,1	-6,0	-6,5
Außerordentliches Ergebnis	0,4	-0,3	0,3	0,3	0,7
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-27,0	-23,0	-22,0	-18,3	-17,9
Nach Equity-Methode konsolidiertes Ergebnis	1,1	0,9	0,8	0,9	0,2
Goodwill-Abschreibungen	-5,3	-4,9	-4,6	-4,0	-3,5
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>43,2</b>	<b>43,2</b>	<b>33,6</b>	<b>27,5</b>	<b>26,4</b>
Ergebnisanteile anderer Gesellschafter	-0,5	-0,5	-0,9	-1,6	-1,7
<b>Konzernanteil am Jahresüberschuss</b>	<b>42,7</b>	<b>42,7</b>	<b>32,7</b>	<b>25,9</b>	<b>24,7</b>

# Gespräch mit dem Vorstandsvorsitzenden



François Feuillet  
**Vorstandsvorsitzender**

*Unser Wachstumspotenzial  
in vielen Ländern und  
mehreren Marktsegmenten  
ist unverändert hoch.*

## **12 % Wachstum in 2005 – für Trigano offensichtlich leicht zu erreichen!**

In diesem Geschäftsjahr konnten wir dank der in Deutschland erfolgten Akquisition mit einem zweistelligen Wachstum aufwarten. Dabei lag allerdings das organische Absatzwachstum unter unseren Zielvorgaben, obwohl die Nachfrage nach Freizeitfahrzeugen, insbesondere bei den Reisemobilen, in Europa auch in diesem Jahr erneut kräftig stieg. Unsere ausgezeichneten Ergebnisse in den Geschäftsbereichen Wohnwagen und Anhänger konnten leider nicht die rückläufige Entwicklung in anderen Bereichen kompensieren: im Geschäftsbereich Gartenausrüstung, wo wir mit einer starken Konkurrenz aus Südostasien konfrontiert sind, ebenso wie bei den verfehlten Absatzzahlen bei hochwertigen Reisemobilen und beim Zubehör für Freizeitfahrzeuge.

## **Was bringt die Akquisition in Deutschland konkret ausgedrückt?**

Bereits heute können wir mehrere und sehr wichtige positive Auswirkungen festhalten. Zum einen verbessert Trigano durch die Übernahme seine Marktposition auf dem größten europäischen Reisemobil-Markt. Gleichzeitig erhalten wir durch die Präsenz in Deutschland einen besseren Zugang zu leistungsstärkeren Händlern für alle unsere Freizeitfahrzeuge.

Mit der Übernahme konnten wir unsere Produktionskapazität für hochwertige Reisemobile deutlich erhöhen. Zudem beherrscht Eura Mobil die Entwicklung und Produktion der technologisch anspruchsvollen Integrierten Reisemobile. De facto profitiert damit die gesamte Geschäftssparte Freizeitfahrzeuge von der Freisetzung der neuen Synergien.

### **Wie wirkte sich diese Akquisition auf den Jahresabschluss 2005 aus?**

Wir haben insgesamt etwa 40 Millionen € in die Übernahme der Beteiligung, in den Erwerb der Immobilien und die Rückzahlung von Finanzverbindlichkeiten investiert. Dank der gesunden Qualität der Finanzstruktur von Trigano hatte diese Investition keine nennenswerten Auswirkungen: unser Gearing, das heißt das Verhältnis von Fremd- zu Eigenkapital beträgt zum Ende des Geschäftsjahres lediglich 20 %.

Auf der Ergebnisebene ist festzuhalten, dass der Umsatzbeitrag während der ersten sieben Monate der Gruppenzugehörigkeit 47 Millionen € betrug. Die Synergien vor allem im Einkaufsbereich waren größer als erwartet und es wurde ein positives Ergebnis erzielt.

### **Wie lauten Ihre Ziele für 2006?**

Unsere Umsatzprognose für das kommende Geschäftsjahr beträgt 870 Millionen €. Dabei sind wir von der Hypothese ausgegangen, dass das organische Wachstum bei den Freizeitfahrzeugen bei etwa 6 % liegen wird. Ich bin der Meinung, dass wir mit Blick auf die bereits in unseren Auftragsbüchern befindlichen

Reisemobilbestellungen und dank der spürbaren Belebung im Zubehörgeschäft sogar ein noch besseres Ergebnis vorlegen können.

Auch die Ertragskraft dürfte erneut zunehmen und insgesamt 10,2 % des Umsatzes erreichen, insbesondere durch verstärkte Maßnahmen im Bereich der Einkaufspreise.

### **Wie sehen Sie die künftige Entwicklung Ihrer Gruppe?**

Trigano wird sich nicht darauf beschränken, allein auf der natürlichen Wachstumswelle des Reisemobilmarktes in Europa mitzuschwimmen: unser Wachstumspotenzial in vielen Ländern und mehreren Marktsegmenten ist unverändert hoch.

Wir werden weiterhin an unserer langfristig ausgerichteten Strategie festhalten. Das bedeutet zum einen die Entwicklung langfristiger und vertrauensvoller Beziehungen zu unseren Partnern in den Vertriebsnetzen, die wir darüber hinaus in den einzelnen Ländern weiter verstärken werden. Zum anderen gelten unsere Entwicklungsanstrengungen der Erzielung eines optimalen Preis-/Leistungsverhältnisses für unsere Produkte: durch permanenter Verbesserungen der Prozesse wie auch der Einkaufspreise.

Schließlich werden wir unsere Akquisitionspolitik im Bereich Freizeitfahrzeuge, Zubehör und Anhänger aktiv weiter betreiben, da die Vergangenheit deren Erfolg gezeigt hat. Vergessen Sie nicht: heute wird 45 % des Umsatzes von Trigano von Unternehmen erwirtschaftet, die wir in den letzten zehn Jahren akquiriert haben.

## Die Entstehungsgeschichte eines europäischen Marktführers

### Freizeitfahrzeuge :

1998: Autostar (F)

1999: Auto-Trail (UK)  
Caravans International (I)

2001: La Mancelle (F)  
Arts et Bois (F)  
Arca (I)

2002: Benimar (E)

2004: Périgord VDL (F)

2005: Eura Mobil (D)  
Karmann-Mobil (D)  
DRM (D)

### Zubehör für Freizeitfahrzeuge

1999: Clairval (F)

2000: HTD (F)

2002: CMC Distribution (F)  
und Riddiough (UK)

2005: Camping-Profi (D)

### Anhänger

1997: Maître Equipement (F) ECIM (F)

2004: Mecanorem (F)

## Nachweisliches Know-how im Bereich externen Wachstums

Bereits seit mehreren Jahren verfolgt Trigano gezielt eine aktive Akquisitionspolitik in den Geschäftsbereichen Freizeitfahrzeuge und Anhänger. Die heutige Marktposition als führender Akteur in Europa ist insbesondere dieser gezielten Politik zu verdanken: 45 % des im Geschäftsjahr 2005 erwirtschafteten Umsatzes wurde von Unternehmen erzielt, die in den letzten zehn Jahren akquiriert wurden.

Trigano hat auf der Grundlage einer regelmäßigen und systematischen Beobachtung der potenziellen Übernahmeziele präzise Regeln für die erfolgreiche Integration der neuen Business Units festgelegt:

- das übernommene Unternehmen muss im Bereich Freizeitfahrzeuge oder Anhänger aktiv und Trigano bereits seit mehreren Jahren bekannt sein;
- das lokale Management muss in der Lage sein, das Unternehmen qualifiziert zu führen, auch nach dem Ausscheiden des früheren Gesellschafters
- die Synergien in den Bereichen Vertrieb, Technik und Einkauf mit anderen Business Units von Trigano müssen eindeutig identifizierbar sein und genau bewertet werden können,
- für die Erzielung eines schnellen Paybacks der Investition muss der Akquisitionspreis angemessen sein.

Die dezentrale Organisation von Trigano ermöglicht es den neu in die Gruppe eintretenden Unternehmen, ihre Identität zu bewahren und gleichzeitig von den Erfahrungen der Schwesterunternehmen zu profitieren, insbesondere über transversale Organisationsstrukturen (Reisemobil-Komitee oder Anhänger-Komitee).





# Eine wichtige Akquisition



Am 1. Februar 2005 übernahm Trigano alle Anteile an den Gesellschaften EURA MOBIL, KARMANN-MOBIL, CAMPING-PROFI und DRM – Deutsche Reisemobil sowie die dazugehörigen Immobilien.

Mit dieser Akquisition baut Trigano das Geschäft in drei Bereichen aus:

## REISEMOBILE

- ein Werk mit 40.000 m<sup>2</sup> Produktions- und Servicefläche auf einem Gelände von 137.000 m<sup>2</sup> in Sprendlingen bei Frankfurt;
- zwei Marken: EURA MOBIL und KARMANN-MOBIL;
- einen Absatz von 1.750 Reisemobilen in 2004;
- einen Umsatz von 70 Millionen € in 2004;
- 330 Mitarbeiter

## ZUBEHÖR FÜR FREIZEITFAHRZEUGE

- eine Lager- und Logistikhalle von 2.700 m<sup>2</sup> auf einem Gelände von 10.000 m<sup>2</sup> in Berggau bei Nürnberg;
- Marke CAMPING-PROFI;
- Deutschlands Nr. 3;
- einen Umsatz von 10 Millionen € in 2004;
- 27 Mitarbeiter



## EURA MOBIL

## VERMIETUNG VON REISEMOBILEN

- 4 eigene Übergabestationen sowie zahlreiche Franchise-Partner;
- Marke DRM – Deutsche Reisemobil;
- Deutschlands Nr. 1;
- Umsatz von 4 Millionen € in 2004;
- 15 Mitarbeiter.

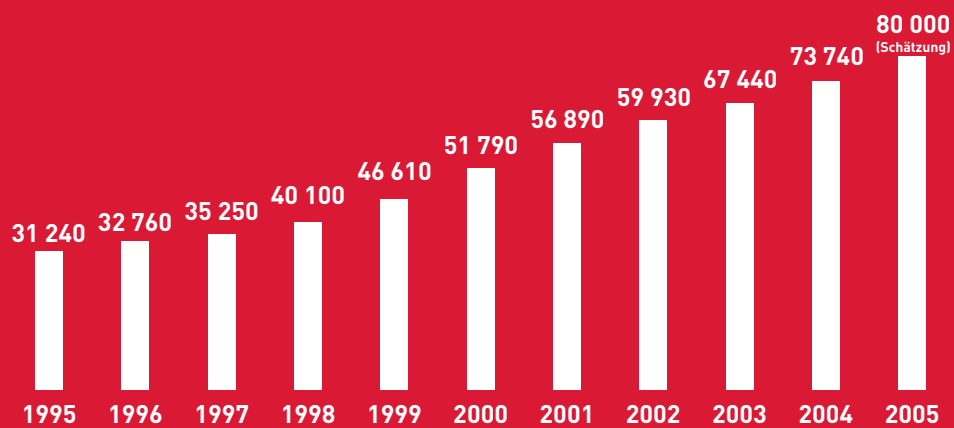
Diese Gruppe von neuen Unternehmen bringt TRIGANO eine absolute Kompetenz in der Herstellung hochwertiger Reisemobile sowie zusätzliche Produktionskapazität. Sie bietet den Zugang zu neuen Vertriebsnetzen in Deutschland sowie eine Erhöhung und Bündelung von Einkaufskraft bei Komponenten und Zubehör.



# Aktive Freizeitgestaltung

## Zulassungen von Reisemobilen in Europa

+ 9,9 % durchschnittliches Wachstum von 1995 bis 2005



# Der Markt der aktiven Freizeitgestaltung

## Ein Markt mit anhaltend hohem Entwicklungspotenzial

Aufgrund der günstigen soziodemografischen und wirtschaftlichen Entwicklung verzeichnet der Markt für aktive Freizeitgestaltung in Europa seit über zehn Jahren eine stetige dynamische Aufwärtsentwicklung. Dies gilt insbesondere für den Bereich der Freizeitfahrzeuge.

Als Spezialist und europäischer Marktführer für Reisemobile profitiert Trigano von dieser Dynamik und geht auch für die Zukunft von einer Fortsetzung dieses Wachstums aus.

## Ein Kundenkreis, der sein Einkommen genießt

Die „middle-agers“ - die Zielgruppe von Trigano - ist bei der mittleren Altersgruppe der 55 bis 65-Jährigen zu suchen, deren Zahl in den meisten europäischen Ländern bis 2015 weiter zunehmen wird. Sie verfügen über ein gesichertes Einkommen, das mitunter über dem anderer Altersklassen liegt, und erfreuen sich einer guten Gesundheit. Als Konsumenten sind sie gut informiert und ausgabefreudig, denn sie möchten ihren Wohlstand genießen.

## Eine dynamische Minderheit

Neben den Anhängern des traditionellen Tourismus (Gruppenreisen, Ferienwohnungen, Hotels) verreist eine unkonventionelle Minderheit oft lieber außerhalb der Hauptsaison, um ungestört Kulturdenkmäler, Landschaften und Naturschauspiele oder die Gastronomie ihrer Reiseziele zu entdecken.

Freizeitfahrzeuge bieten dieser Alterskategorie eine hohe Flexibilität und Möglichkeit, ihre Reisewünsche auszuleben.

## Vielfältige Bedürfnisse

Entsprechend ihrer persönlichen Präferenz können die „middle-agers“ die Flexibilität eines Reisemobils oder das komfortable Angebot eines Camping-Parks in einem Caravan oder einem Mobilheim nutzen. Obwohl die Produktentwicklung zu ständig mehr Komfort in den Fahrzeugen führt, sind die Hersteller bestrebt, gleichzeitig ihre Preise zu senken, um diese Freizeitform einer noch größeren Kundenschicht zugänglich zu machen. Zusammen mit der soziodemographischen Entwicklung verspricht diese Strategie eine deutliche und lang anhaltende Ausweitung des Freizeitfahrzeugmarktes.



*Gesundheit, Fitness und die hohen Einkommen der „middle agers“ begründen die Entwicklung des Freizeitfahrzeugmarktes.*

# Freizeitfahrzeuge

## 86,1 % des Umsatzes

Zu den wichtigen Stärken von Trigano gehört die Qualität des Vertriebsnetzes.

Im Laufe vieler Jahre konnte Trigano ein gegenseitiges Treueverhältnis schaffen, das eine solide Stabilität des Absatznetzes garantiert. Kunden, Händler und Hersteller profitieren gleichermaßen von dieser Partnerschaft. Die Einbindung von Eura Mobil ermöglicht eine weitere Verstärkung der Vertriebsstruktur, insbesondere in Deutschland.

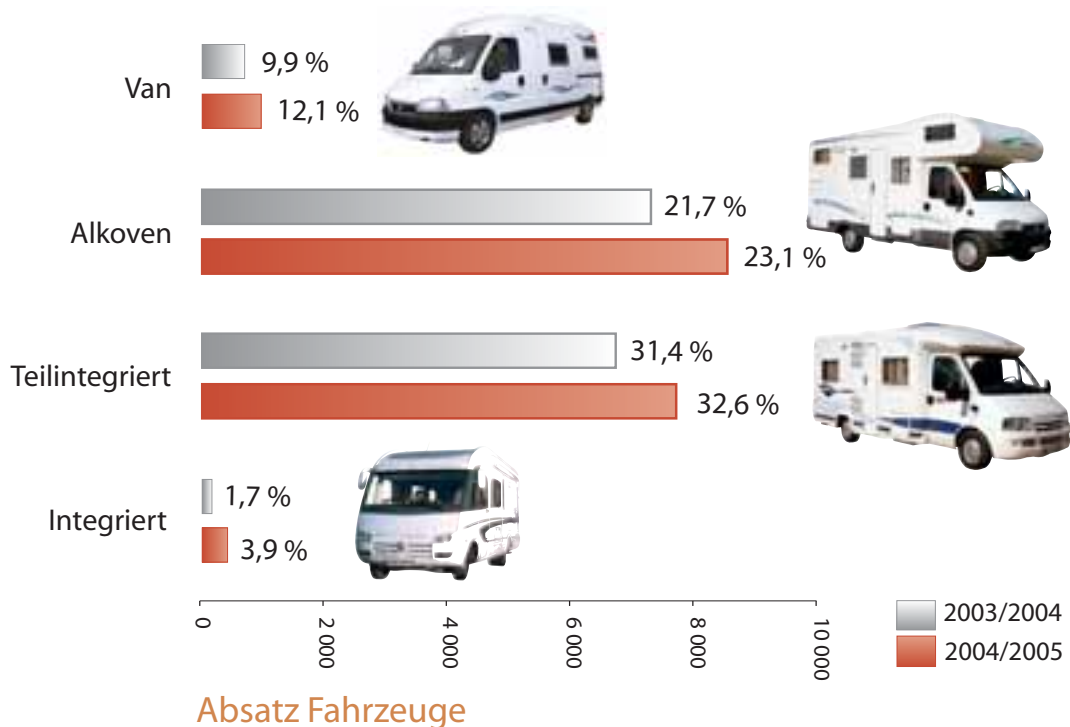
## Umsatzverteilung nach Produkten

in Mio. €	2005	2004	Veränderung (in %)
Reisemobile	522,0	456,5	+ 14,4
Caravans	58,1	53,2	+ 9,2
Stand-Caravans	9,6	11,5	- 16,5
Mobilheime	8,4	9,7	- 13,4
<b>Fahrzeuge insgesamt</b>	<b>598,1</b>	<b>530,9</b>	<b>+ 12,7</b>
Zubehör für Freizeitfahrzeuge	71,6	65,6	+ 9,3
Sonstige	6,4	3,7	ns
<b>Freizeitfahrzeuge insgesamt</b>	<b>676,1</b>	<b>600,2</b>	<b>+ 12,8</b>

## Reisemobil: 66,4 % des Gruppenumsatzes

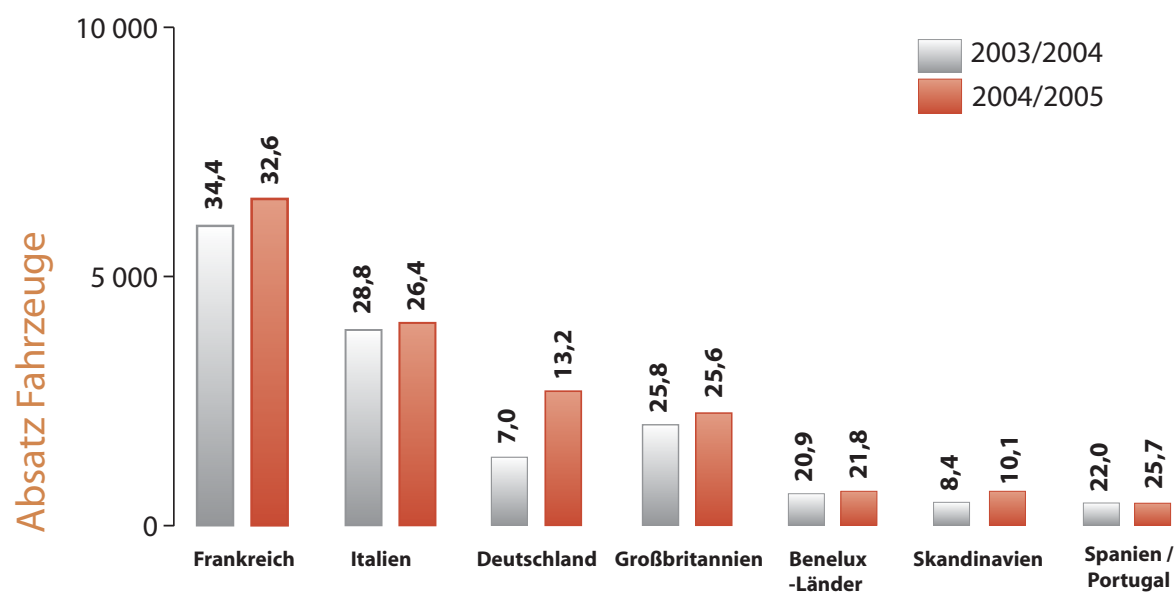
Mit der Integration der Gesellschaften EURA MOBIL und KARMANN-MOBIL konnte TRIGANO in Europa einen Marktanteil von insgesamt 22,3 % erreichen. Die Gruppe profitiert von ihrer starken Marktposition in den Ländern, in denen auch Produktionswerke angesiedelt sind. Durch die Übernahme von Eura Mobil wächst Trigano in Deutschland und Nordeuropa. Weiteres Wachstumspotenzial besteht für Trigano vor allem in den Marktsegmenten Van und Integrierte Reiesemobile sowie im Einstiegssegment.

## Marktanteile nach Segmenten (in %)





## Marktanteile nach Ländern (in %)



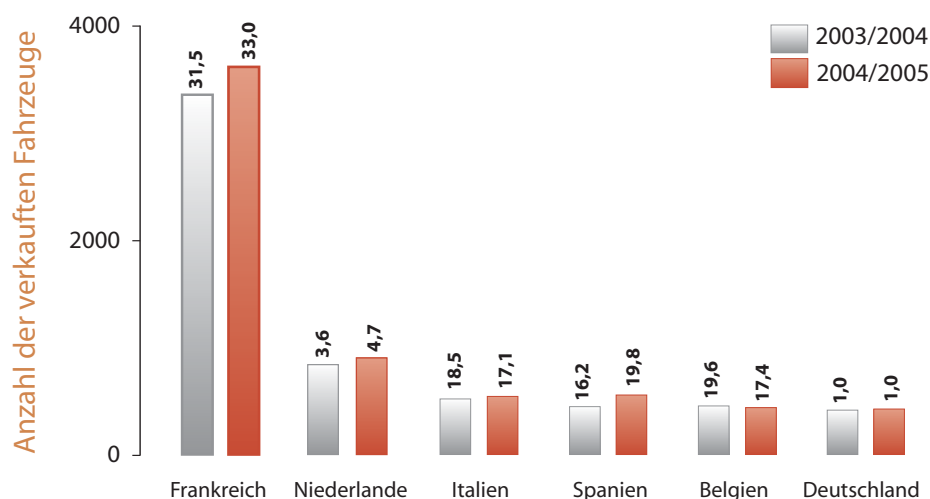
# Freizeitfahrzeuge

## Caravan: 8,6 % des Konzernumsatzes

Aufgrund der vielfältigen Synergien mit den Reisemobilen (Komponenten, Fertigungstechnik, Vertriebsnetz) sind Caravans ein strategisches Produkt für Trigano. Im Geschäftsjahr 2004/2005 hat sich der Markt auf hohem

Niveau stabilisiert: so wurden in ganz Europa insgesamt 121 000 Caravans zugelassen. Trigano konnte sich auf diesem Markt gut behaupten und mit einem Absatz von 7.150 Fahrzeugen (+ 8,3 %) seinen Marktanteil weiter ausbauen.

## Marktanteil nach Ländern (in %)



## Zubehör und Ersatzteile: 9,1 % des Gruppenumsatzes

Der Zubehörmarkt hat sich in allen europäischen Ländern relativ verhalten entwickelt. Mit dem Erwerb von CAMPING-PROFI (N° 3 in Deutschland) konnte TRIGANO seine Position als Marktführer ausbauen und ist nunmehr auf den drei wichtigsten Märkten (Frankreich, Großbritannien und Deutschland) präsent.

## Mobilheime: 1,1 % des Gruppenumsatzes

In einem unverändert hart umkämpften Markt konnte TRIGANO weiter zulegen und setzte annähernd 800 Einheiten ab. Engpass in diesem Markt sind die begrenzten Finanzierungsmöglichkeiten der Campingplatz-Betreiber für Miet-Mobilheime.

## Die Serviceleistungen: 0,8 % des Gruppenumsatzes

Die Angebotspalette von TRIGANO wird durch Vermietungs- und Finanzierungsangebote ergänzt.

- **TROIS SOLEILS**, Partner von Hertz sowie **DRM** bieten einen Mietwagenpark von insgesamt 850 Reisemobilen in zahlreichen Städten in Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien an.
- **LOISIRS FINANCE**, bietet Privatpersonen und gewerblichen Kunden ein komplettes Spektrum von spezifischen Finanzprodukten rund um das Freizeitfahrzeug. Im Jahre 2005 betrug die Neukreditvergabe über 100 Millionen Euro. Das Finanzierungsvolumen beläuft sich derzeit auf insgesamt 207 Millionen Euro.
- **MISTERCAMP**, bietet über seine Internetseite Urlaub in gemieteten Mobilheimen in mehreren Ländern in Europa an.

# Freizeitausrüstung

## 13,9 % des Umsatzes

TRIGANO hat ein Know-how entwickelt, mit dem das Unternehmen in ganz Europa zu einem bevorzugten Partner der Verbrauchermärkte geworden ist:

- Beherrschung der gesamten Logistikkette: Belieferung von Zentrallägern, Geschäften oder direkt zum Endkunden.
- Instrumente zur Absatzförderung: Management der Lieferung auf Anfrage, Merchandising, Rücknahme von unverkauften Beständen.
- Modulares Angebots: Lieferung von Kits zur Selbstmontage durch den Händler oder den Endkunden, Möglichkeit der Montage im Werk.

## Umsatzverteilung nach Produkten

in M€	2005	2004	Veränderung (en %)
Anhänger	62,7	48,3	+ 29,6 %
Campingausrüstung	11,7	14,8	- 20,9 %
Gartenausrüstung	34,2	37,2	- 8,0 %
Sonstige	1,0	1,2	NS
<b>Freizeitausrüstung insgesamt</b>	<b>109,6</b>	<b>101,5</b>	<b>+ 8,0 %</b>

## Anhänger: 8,0 % des Gruppenumsatzes

Dank der hohen Nachfrage sowohl bei den gewerblichen Anhängern als auch bei den Freizeiterzeugnissen konnte der Umsatz bei vergleichbarem Konsolidierungskreis um insgesamt 10,6 % zulegen. TRIGANO hat im Geschäftsjahr 2005 insgesamt 93.600 Anhänger verkauft, davon 5.600 über MECANOREM, eine Ende August 2004 akquirierte Gesellschaft. Der Ausbau des polnischen Werkes und der Erfolg des neuen modularen Anhängerkonzepts Polytrail lassen die Erreichung des Absatzziels von 100.000 Fahrzeugen in 2006 erwarten.

## Campingausrüstung: 1,5 % des Gruppenumsatzes

Das historische Geschäft von TRIGANO ist heute nur noch ein Randgeschäft. Der in 2005 verzeichnete Umsatzrückgang ist auf den fehlenden Markt für Militärzelte zurückzuführen. Die Herstellungswerke integrieren nunmehr schrittweise die Herstellung von Komponenten, Zubehör oder sogar Freizeitfahrzeugen.

## Gartenausrüstung: 4,4 % des Gruppenumsatzes

Die schwache Nachfrage der privaten Haushalte und der gleichzeitige Wettbewerbsdruck durch Produkte aus Südostasien lasteten erneut auf den Absatzzahlen dieses Geschäftsbereichs. Für 2006 ist eine grundlegende Restrukturierung der französischen business units und eine Angebotsanpassung vorgesehen, genauso wie eine Anpassung der Kostenstruktur auf das Geschäftsvolumen.



# Corporate Governance



Michel Freiche

François Feuillet

Marie-Hélène Feuillet

Jean Legrand

## Organisation der Geschäftsentscheidungen

Die Geschäftsentscheidungen werden von der Generaldirektion getroffen, die als in Form eines Direktionsausschusses konstituiert ist.

### Mitglieder dieses Direktionsausschusses sind :

- François Feuillet, Generaldirektor
- Michel Freiche, Stellvertretender Generaldirektor: Finanzen und IT
- Marie-Hélène Feuillet, Stellvertretende Generaldirektorin: Recht, Personal, Versicherungen, Umweltschutz und Immobilien
- Jean Legrand: Direktor für industrielle Entwicklung, KVP, Einkauf und Benchmarking

Der Direktionsausschuss wird für jeden der beiden Geschäftsbereiche (Freizeitfahrzeuge und Freizeitausrüstung) erweitert um die Leiter von Business Units. Vor wichtigen Entscheidungen mit Auswirkungen auf die gesamte Gruppe tritt der aus 18 Mitgliedern bestehende Exekutivausschuss zusammen.

## Verwaltungsrat

Er besteht aus fünf Mitgliedern:

### Zwei Vertreter des Hauptaktionärs

- François Feuillet, 57, Absolvent der HEC, leitet Trigano seit 1981, davor Wirtschaftsprüfer bei KPMG sowie in der Finanz- und Generaldirektion der Singer-Gruppe und der Compagnie Française du Meuble.
- Marie-Hélène Feuillet, 56, Absolventin der HECJF, seit 1994 bei Trigano, davor Tätigkeit in der Banques Populaires-Gruppe.

### Drei unabhängige Mitglieder

- Jean Ducroux, 62, Absolvent des IEP, MBA der University of Minnesota. Nach einer Tätigkeit im Banksektor leitet er heute Electra, eine Private-Equity-Gesellschaft.
- François Baleyrier, 61, HEC-Absolvent, begann seine Finanzlaufbahn in Frankreich und im Ausland im Bereich des öffentlichen Bauwesens (Entrepose und Bachy).
- Michel Barbier, 72, Ingenieur, leitete Trigano VDL von 1987 bis 1999. Davor technische Funktionen in den Gesellschaften Allis Chalmers, Singer und Skis Rossignol.

### Zwei Ausschüsse treten regelmäßig zusammen:

- der Gehalts- und Ernennungsausschuss,
- der Revisions- und Rechnungslegungsausschuss,

an denen die beiden Verwaltungsratsmitglieder, die den Hauptaktionär vertreten, nicht teilnehmen.

Die Mitglieder dieser Ausschüsse können sich direkt mit den operativen Führungskräften von Trigano in Verbindung setzen.

## Interne Kontrolle

Über das monatliche Reportingsystem werden die leitenden Gesellschaftsorgane umfassend und permanent über die Geschäftsentwicklung der einzelnen Business Units informiert.

Das Unternehmen hat weiterhin Verfahren zum Schutz seiner Vermögenswerte formalisiert, die regelmäßig überprüft und kontrolliert werden.

Zur weiteren Verbesserung der internen Kontrolle wurden die Teams in den Bereichen Controlling und Revision im Jahre 2005 weiter verstärkt.



# Gute Perspektiven

Die positiven Zukunftsaussichten des Marktes für aktive Freizeitgestaltung sowie die langfristige Qualität der Vertriebsnetzes erlauben es Trigano, eine langfristig orientierte Strategie zu verfolgen.

Mit der erfolgreichen Übernahme eines renommierten deutschen Reisemobil-Herstellers ist in diesem Jahr ein entscheidender Schritt vollzogen worden auf dem Weg, den europäischen Reisemobil-Markt homogen zu besetzen.

In den nächsten Jahre werden systematisch weitere Schritte unternommen, um die Position von Trigano in den Marktsegmenten zu verbessern, in denen Trigano heute unzureichend agiert.

- Die Produktionskapazität für Einsteiger-Reisemobile und Anhänger wird erhöht, insbesondere durch die Produktionssteigerung im Werk Peniscola, den Beginn der Fertigung am Standort Sablé sur Sarthe sowie die Erweiterung des Werkes in Wlostowo,
- Es werden Investitionen vorgenommen, die eine variablere Nutzung der einzelnen Produktionswerke ermöglichen
- Gemeinsame Produktentwicklungen, so zum Beispiel bei integrierten Reisemobilen werden verstärkt
- Die transversalen Strukturen zur Synergierrealisierung werden intensiviert durch die Einrichtung eines „Anhänger-Ausschusses“
- Aktionen zur Produktivitätssteigerung und Einkaufskostensenkung werden systematisch umgesetzt
- Weitere Möglichkeiten zum externen Wachstum werden systematisch geprüft, sowohl im Bereich der Freizeitfahrzeuge als auch im Bereich der Anhänger.

Dieses Maßnahmenprogramm sollte Trigano ermöglichen, mittelfristig die bisherige Wachstumsrate fortzuschreiben und jährlich eine Steigerung von 0,3 bis 0,5 % der operativen Marge zu erreichen.



Der Reisemobil-Ausschuss definiert die Produktpolitik und setzt die Vertriebsstrategie um.

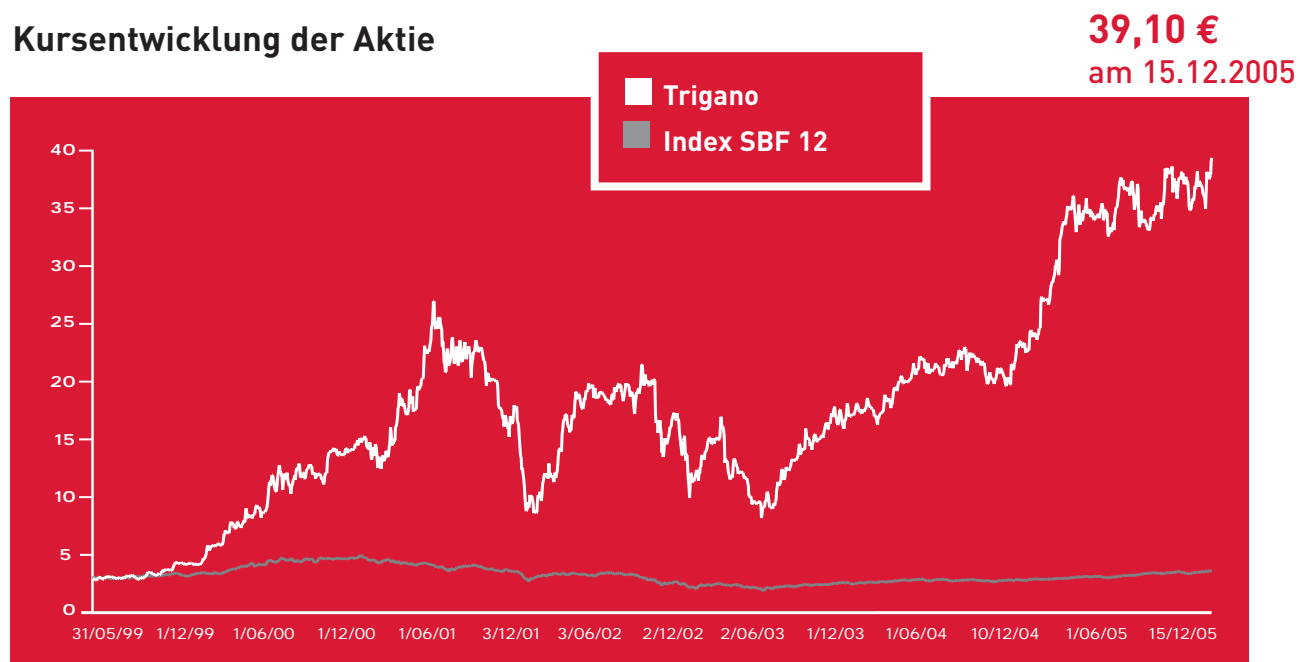
# Informationen für Aktionäre

## Kennzahlen zum 15.12.2005

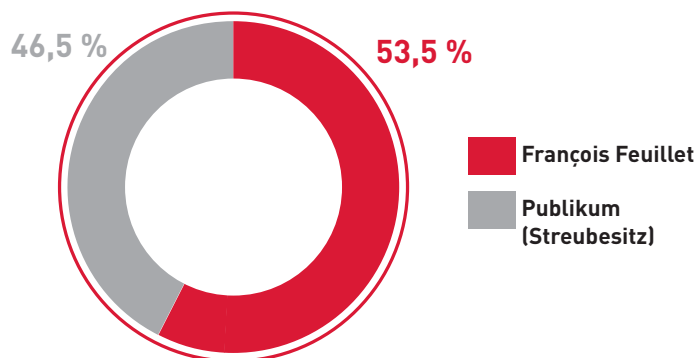
Anzahl der Aktien*	21 142 740
Aktienkurs	39,10 €
<b>Höchst-/Tiefststände seit dem 1.1.2005</b>	
Höchststand (29.11.2005)	39,49 €
Tiefststand (2.1.2005)	29,00 €
<b>Kursänderungen seit dem 1.1.2005</b>	
Trigano	+ 28,4 %
CAC 40-Index	+ 22,3 %
<b>Börsenkapitalisierung</b> (in Millionen €)	
	827
Branche	Freizeit, Freizeitausrüstungen
Hauptindex	SBF 120
Markt	Eurolist B
Amtliche Notierung	Euronext Paris (Frankreich)
Wertpapiersymbol	TRI
ISIN-Code	FR0005691656
<b>Erfüllt die Kriterien des Aktiensparplans (PEA) / sowie des Marktsegmentes SRD</b>	
	Ja / Ja
Letzter Kupon	Brutto: 0,50 €

\* Nach Streichung der eigenen Aktien und Ausgabe einer Freiaktie für jeweils eine gehaltene Aktie

## Kursentwicklung der Aktie



## Aktionärsstruktur\*

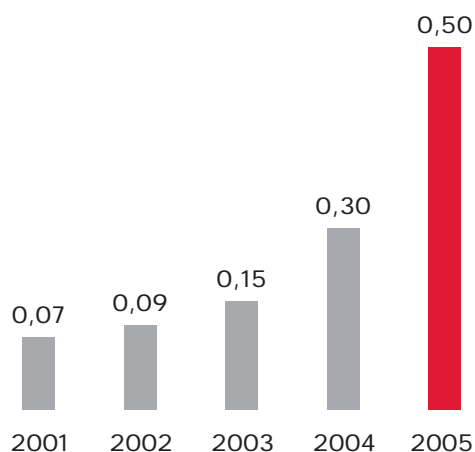


\* nach Streichung eigener Aktien

## Entwicklung des Börsenumsatzvolumens\*\*

Geschäftsjahr	31/08/2005	31/08/2004	31/08/2003
Handelsvolumen insgesamt	6 941 478	6 581 540	6 879 632
Höchstkurs in €	37,60	22,90	17,75
Tiefstkurs in €	19,38	15,27	7,52

## Entwicklung der Dividende (in €)\*\*



\*\* Bereinigte Angaben unter Berücksichtigung der Zuteilung einer Gratisaktie für jede gehaltene Aktie

## Terminplanung 2006\*\*\*

### 9. Januar:

Ordentliche Hauptversammlung  
Umsatz im ersten Quartal

### 28. März:

Umsatz im ersten Halbjahr

### 31. Mai:

Halbjahresergebnisse

### 27. Juni:

Umsatz im dritten Quartal

### 26. September :

Umsatz 2005/2006

### 30. November

Jahresabschluss 2005/2006

\*\*\* voraussichtliche Termine





# TRIGANO

## Freizeitfahrzeuge

TRIGANO

ARCA

AUTOSTAR

Auto Trail

benimar

challenger

CHAUSSEON

EURA MOBIL

ci

VONT VENDOME

ROLLER TEAM

KARMANN  
B. Mobil

CARAVELAIR

LA MANCELLE

Sterckeman

RACLET

## Zubehör und Dienstleistungen

TRIGANO

Clairval

CMC  
ACCESSOIRES

E.T.R.

EURO ACCESSOIRES

EUROVENT

RULQUIN

TROIS SOLEILS  
Hertz

LOISIRS  
FINANCE

intercamp

DRM

CAMPING-PROFI

## Anhänger

ECIM

ERKA

FRANC

MATRE

M

RULQUIN

SOREL

TRELGO

## Camping- und Gartenausrüstung

TRIGANO

ABAK  
piscines

AMCA

artix

JAMET

PLISSON

RACLET

yardmaster

**TRIGANO**

[www.trigano.fr](http://www.trigano.fr)