

Rede von Günter Baum,
Finanzvorstand der Kampa-Haus AG, Minden,
anlässlich der Hauptversammlung
am 28. Juni 2001 in Minden

- Es gilt das gesprochene Wort -



Meine sehr geehrten Damen und Herren,

ich freue mich, dass Sie so zahlreich erschienen sind und begrüße Sie ganz herzlich im Namen des Vorstands zur Hauptversammlung 2001 der Kampa-Haus AG.

Vor einem Jahr hatten wir an dieser Stelle für das Geschäftsjahr 2000 eine Bauleistung von 415 Mio DM, also 212 Mio €, und ein Ergebnis angekündigt, mit dem wir die

Dividendenkontinuität gewährleisten können. Außerdem hatten wir für das laufende Geschäftsjahr zunehmende Bestellungen erwartet, um wieder auf den Wachstumskurs zurückzukehren.

Bei der Bauleistung haben wir mit 202 Mio € unser Ziel fast erreicht. Eine Dividende in Vorjahreshöhe werden wir – Ihre Zustimmung vorausgesetzt - ebenfalls zahlen, wenn auch nicht vollständig aus dem in 2000 erwirtschafteten Gewinn. Was uns am meisten schmerzt, ist aber, dass wir im vergangenen Jahr die Auftragseingänge nicht stabilisieren konnten. Sie wissen es schon, von dieser Planung mussten wir wieder Abstand nehmen.

Dazu kommt die seit sechs Jahren andauernde Rezession am Bau: Schlägt man die Tageszeitung oder ein Wirtschaftsmagazin auf, liest man über die Branche und ihre Aktien vor allem Negatives. Ich verstehe sehr wohl, dass die Öffentlichkeit und manch einer von Ihnen durch diese Berichte verunsichert ist.

Lassen Sie mich in diesem Zusammenhang den Börsenexperten André Kostolany zitieren: „Für die Kursentwicklung ist es nicht wichtig, was heute geschieht, sondern was sich morgen und übermorgen ereignet.“ Und die Perspektiven für Kampa-Haus sind trotz aller Schwierigkeiten besser, als es an der momentanen Lage und dem aktuellen Kurs abzulesen ist. Die Anlegermagazine „Finanzen“ und „Die Telebörse“ haben vor kurzem für die Kampa-Haus-Aktie Kurspotenzial für die kommenden ein, zwei Jahren prognostiziert.

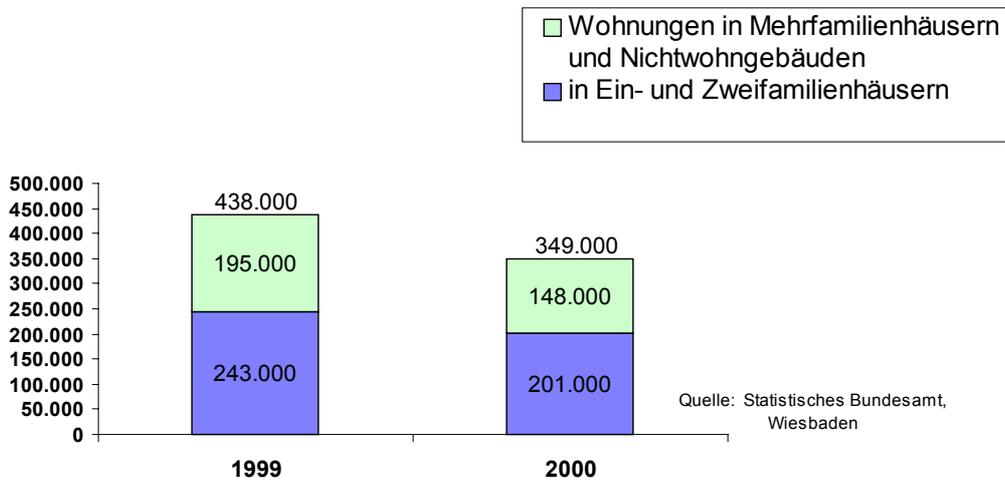
Wie gesagt, die Geschäftszahlen 2000, die ich gleich erläutern werde, sind noch nicht geeignet, den Kurs wieder in die Höhe zu treiben. Die angekündigte, umfassende Neuausrichtung haben wir zwar wie versprochen mit aller Energie vorangetrieben, aber die Trendwende ist uns noch nicht gelungen. Denn: Auf Grund der geringen Auftragsbestände hatten wir im vergangenen Jahr und auch noch in den ersten Monaten 2001 eine rückläufige Geschäftsentwicklung zu beklagen.

Allen Anstrengungen zum Trotz haben wir 2000 die erwartete Auftragslage nicht verbessern können. Stattdessen gingen insgesamt 27% weniger Bestellungen ein. Deswegen wird der Umsatz 2001 nochmals um etwa 25% zurückgehen und der Gewinn ebenfalls nachgeben.

Aber - um es vorwegzunehmen: Wir schauen wieder optimistischer in die Zukunft, denn trotz bundesweit rückläufiger Eigenheimgenehmigungen verkaufen wir wieder mehr Häuser.

Wie kam es dazu, dass wir unsere Ziele 2000 nicht erreicht haben?

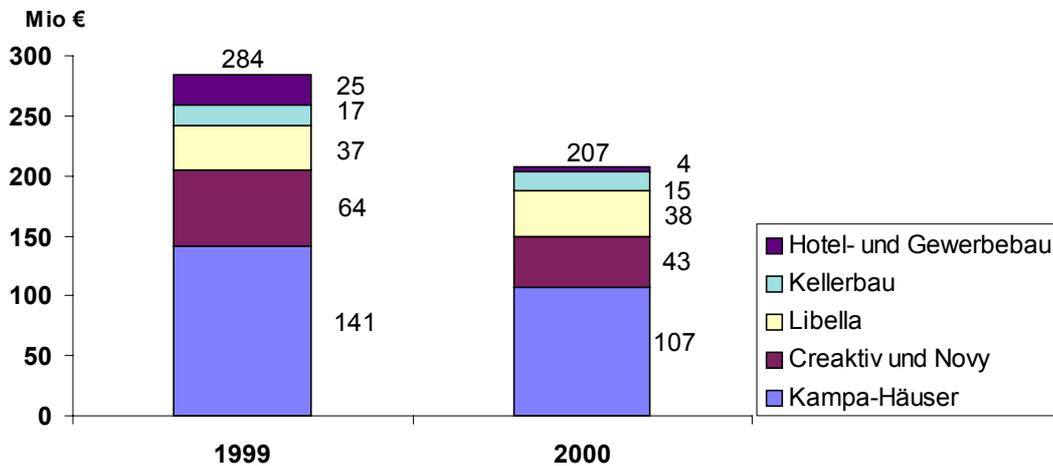
Wohnungsbaugenehmigungen 1999 und 2000



KAMPA

Im vergangenen Jahr gingen die Aufträge im deutschen Wohnungsbau um insgesamt 16% zurück, die Baugenehmigungen für Wohnungen sogar um 20%. Bei Ein- und Zweifamilienhäusern wurden im Vergleich zum Vorjahr 17% weniger Genehmigungen erteilt und bei Fertighäusern 25%. Trotz aller Prognosetechniken kam der Nachfrageeinbruch für die Konjunkturforscher ebenso überraschend wie für die Bauunternehmen. Die eigentlichen Ursachen für den Rückgang der Bautätigkeit im Wohnungsbau sind vielfältig. Neben traditionellen Problemen wie zu teurem Bauland und leeren Förderkassen der Länder stehen aktuelle Hemmnisse wie die steigende Abgabenlast durch höhere Sozialversicherungsbeiträge und die Ökosteuer oder die geplante Erhöhung der Erbschaftsteuer. Auch die Rentenreform lenkt Gelder zuerst einmal vom Eigenheimbau weg. Die Verunsicherung der Bauinteressenten über die gesamtwirtschaftliche Entwicklung vor dem Hintergrund der EU-Erweiterung und der Euro-Einführung zeigt sich vielfach in Kaufzurückhaltung – besonders bei großen Investitionen wie dem Hausbau.

Auftragseingang des Kampa-Haus Konzerns 1999 und 2000 in Mio € (inkl. MwSt.)



KAMPA

Die rückläufige Nachfrage traf uns mit voller Wucht: Die Bestellungen im Kampa-Konzern verringerten sich analog zum Fertighausbau um rund 27% auf 206,5 Mio €. Ausbauhäuser von Creaktiv stachen mit einer – mittlerweile überwundenen - Vertriebschwäche besonders hervor. Hier mussten wir reagieren und Neubesetzungen in der Außendienstleitung vornehmen. Wir erwarten, dass die seitdem von der neuen Führungsmannschaft ergriffenen Maßnahmen bereits im laufenden Jahr zu steigenden Auftragseingängen führen. Hierzu gehören neben einer Ausweitung des Service ein besseres Kundenbetreuungsmanagement und Aufwertungen bei den Hausmodellen.

Schwach hat sich auch der Auftragseingang beim Hotel- und Gewerbebau entwickelt.

Positiv dagegen war zum einen, dass die Bestellungen für Keller weniger stark zurückgingen. Zum anderen war die Nachfrage nach neuen Hausmodellen ungebrochen hoch. Außerdem konnten wir bei Libella und bei unserer österreichischen Tochtergesellschaft Novy-Haus wieder mehr Aufträge verbuchen.

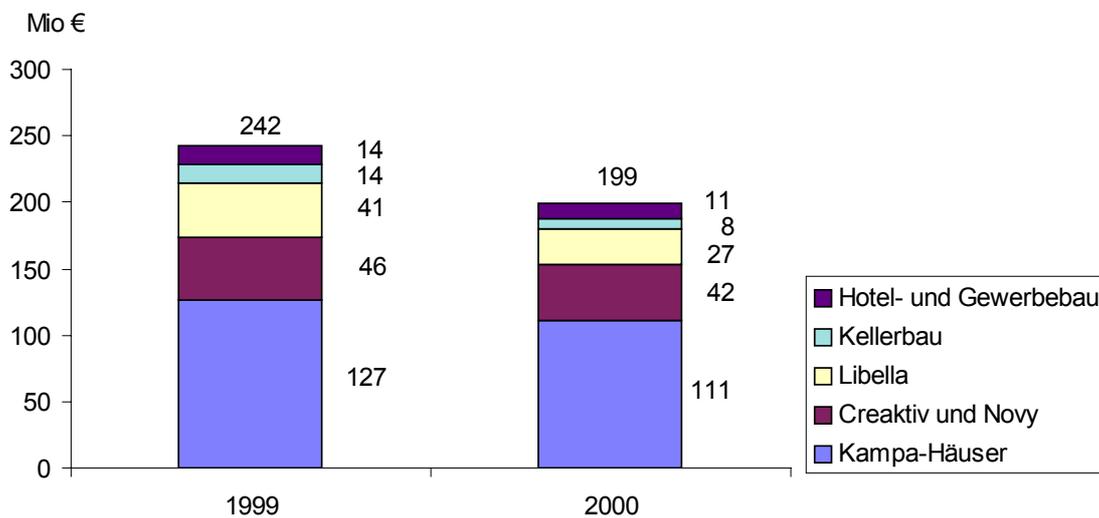
Der Orderbestand war überwiegend ein Spiegelbild des Auftragseingangs. Er betrug 187,5 Mio € nach 266,1 Mio € im Vorjahr.

Von der rückläufigen Nachfrage betroffen ist die gesamte Branche, das ist keine Neuigkeit. Es gärt überall. Während in den guten Jahren neue Unternehmen auf den Markt drängten und Überkapazitäten aufbauten, so kämpfen jetzt viele um das Überleben. Denn das

notwendige Schrumpfen des Marktes erhöht den Wettbewerb und verstärkt den Druck auf die Preise. Deshalb stagnierten auch die Baupreise im Wohnungsbau 2000, im Osten gingen sie sogar zurück. Aber die notwendige Marktberreinigung in der Bauwirtschaft ist mittlerweile auch in der Eigenheimbranche in vollem Gange.

Wir haben in den guten Zeiten ein finanzielles Polster geschaffen, dass die härtesten Stöße abfedert und uns den Handlungsspielraum für die notwendige Neuausrichtung gibt. Wir verfügen über solide Bilanzstrukturen und eine Eigenkapitalquote von konzernweit 67%. Und wir werden mit Sicherheit von der Marktberreinigung profitieren.

Umsatzentwicklung des Kampa-Haus Konzerns 1999 und 2000 in Mio €



KAMPA

Dem hohen Wettbewerbsdruck konnte sich natürlich auch Kampa-Haus nicht entziehen. Die Folge war, dass der Konzernumsatz im vergangenen Jahr um knapp 18% auf 199,4 Mio € abnahm. Kampa-Häuser verzeichneten mit minus zwölf Prozent einen geringeren Rückgang. Am Umsatz dieser Sparte hatten die drei jüngsten Hausmodelle „Studio“, „Chalet“ und „Trendy“ bereits einen Anteil von rund 20%, was wir als Beleg für den Erfolg unserer innovativen Produktoffensive verbuchen. Vor einem Jahr trugen diese drei Hausreihen lediglich rund 10% zum Umsatz in diesem Segment bei. Die gesamte Sparte Kampa-Haus erzielte einen Anteil am Konzernumsatz von rund 56%. Das zeigt deutlich, dass wir als Mehrmarken-Konzern auf breiter Basis aufgestellt sind.

Creativ-Ausbauhäuser verzeichneten einen Umsatzrückgang von 11% auf Grund rückläufiger Auftragsbestände aus dem Vorjahr und einem unbefriedigenden Ordereingang im ersten Halbjahr 2000.

Die österreichische Tochtergesellschaft Novy-Haus setzte ihren Wachstumskurs unverändert fort und steigerte ihr Geschäftsvolumen um 18%.

Bei Libella spürten wir - vor allem im ersten Halbjahr - noch die Auswirkungen der 1999 gesunkenen Bestellungen. Bereits in der zweiten Jahreshälfte 2000 haben wir allerdings den Erlösrückgang wieder verringern können.

Infolge gesunkener Hausverkaufszahlen wurden 2000 zudem auch weniger Keller verkauft, so dass die Umsätze bei Fertiggellern ebenfalls nachgaben. Beim stark schwankenden Projektgeschäft im Hotel- und Gewerbebau konnten erwartungsgemäß Ende 2000 noch einige größere Objekte abgerechnet werden. Trotzdem lag das Abrechnungsvolumen unter dem des Vorjahres.

Auf die schwache Branchenkonjunktur und die überraschend rückläufigen Bestelleingänge haben wir im vergangenen Jahr mit einer Anpassung der Strategie an die veränderte Situation reagiert. Unsere Neuausrichtung umfasst insbesondere folgende vier Elemente:

Anpassung von Kapazitäten und Organisation

Kontinuierliche Produktivitätsverbesserung und Kostensenkungen

Ziel: Ertragskraft stabilisieren und steigern

Zielgröße: Eigenkapitalverzinsung von 15% in den nächsten Jahren

Maßnahmen:

- * **Ertragskraft im Hotel- und Gewerbebau 2000 deutlich verbessert durch Verzicht auf nicht auskömmliche Aufträge**
- * **Libella: Prozessoptimierung in Produktion und Verwaltung**
- * **Personalanpassungen im gesamten Kampa-Haus Konzern**

KAMPA

1. Anpassung der Kapazitäten und der Organisation an das verringerte Markt- und Auftragsvolumen. Hierzu sind kontinuierliche Produktivitätsverbesserungen und Kostensenkungen erforderlich, wodurch die Ertragskraft erst stabilisiert und dann

gesteigert werden soll. Zielgröße für die nächsten Jahre ist eine Eigenkapitalverzinsung von 15% pro Jahr. Im abgelaufenen Geschäftsjahr lagen wir bei knapp 11%.

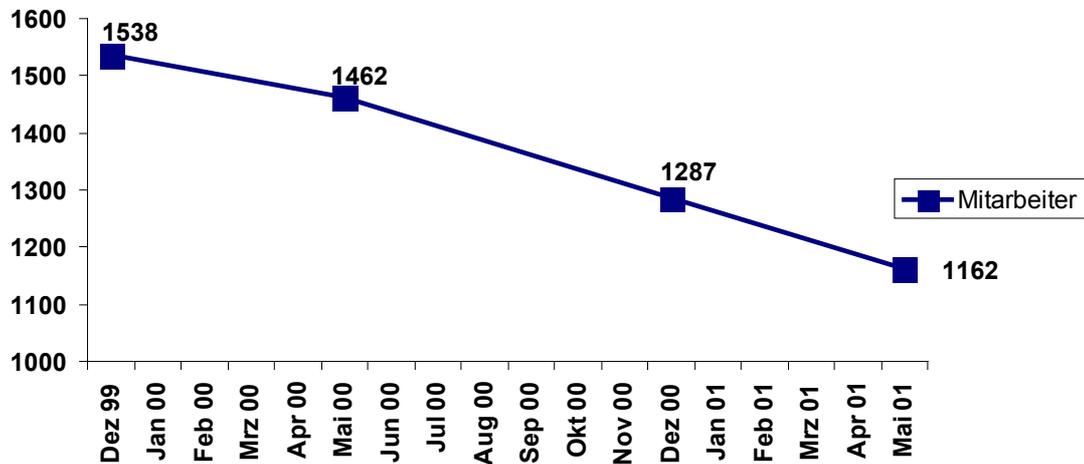
Bereits 2000 konnten wir die Früchte unserer Restrukturierungsarbeit im Unternehmenssegment Hotel- und Gewerbebau ernten. Trotz des Rückgangs der Umsätze im vergangenen Jahr hat die Sparte wieder einen zufrieden stellenden Ergebnisbeitrag geleistet. Hier zeigt sich, dass es auch in einem wettbewerbsintensiven Markt mit sinkendem Volumen möglich ist, Gewinne zu erzielen, wenn die Kapazitäten den Rahmenbedingungen angepasst werden und eine klare Strategie den Weg weist.

Das Beratungsprojekt zur Kostensenkung und strategischen Neuausrichtung bei der süddeutschen Kampa-Haus-Tochter Libella ging 2000 in die Umsetzungsphase über. Erste Erfolge bei der Prozessoptimierung in Produktion und Verwaltung zeichnen sich ab. Im laufenden Jahr wird mit Hochdruck an weiteren Maßnahmen zur Effizienzsteigerung gearbeitet. Zusätzliche, regional orientierte Marketingaktivitäten und eine gestraffte Außendienstorganisation sollen weitere Kundenkreise erschließen. Ein neues Musterhaus in der Nähe von Salzburg sowie die Kooperation mit der Baumarktkette „Baumax“ zielen auf eine größere Präsenz in Österreich - ein Land, in dem Fertighäuser einen deutlich höheren Marktanteil haben als in Deutschland.

Anpassung von Kapazitäten und Organisation

Entwicklung der Mitarbeiterzahlen im Kampa-Haus Konzern

Dezember 1999 - Mai 2001 (stichtagsbezogen)



KAMPA

Im Zuge unserer Anpassungspolitik haben wir in allen Unternehmen der Kampa-Haus-Gruppe Verwaltungskosten gesenkt und Personal freigesetzt. Zum Jahresende 2000 hatten wir 1.287 Beschäftigte, das waren 251 weniger als ein Jahr zuvor. Bis Ende Mai haben wir die Belegschaft weiter auf 1.162 Mitarbeiter reduziert. Auf Grund der zeitlich verzögerten Wirkung und der Kosten für Abfindungen lassen sich spürbare Kostensenkungen allerdings erst mit einer zeitlichen Verzögerung realisieren. Daher sank der Personalaufwand 2000 lediglich um 3% auf 63,3 Mio €. Ende März betragen die Einsparungen - auch bedingt durch die Kurzarbeit - gegenüber dem Vorjahr aber bereits 31%. Die Mitarbeiterfortbildung gewinnt angesichts der laufenden Veränderungsprozesse eine besondere Bedeutung. Denn nur mit engagierten und gut ausgebildeten Beschäftigten ist die Neuausrichtung zu meistern.

Strategie

Kunden und Serviceorientierung, Produktoffensive, Internationalisierung

- * **Attraktivität der Leistungen erhöhen:
Mit kontinuierlich verbesserter Kunden- und Serviceorientierung
Standards setzen**
- * **Neue Kundenkreise erschließen:
Produktoffensive mit modernen und zukunftsweisenden Hausmodellen**
- * **Absatzgebiet vergrößern:
Internationalisierung in Österreich und Polen**

KAMPA

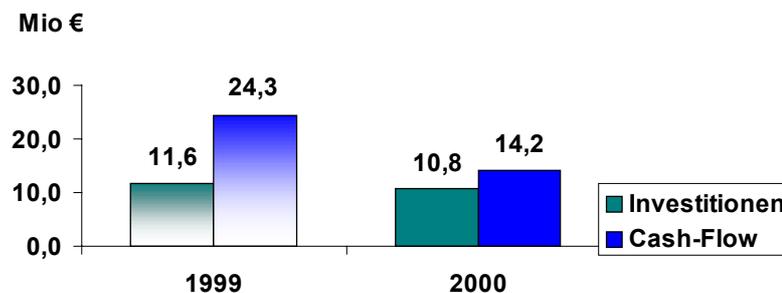
2. Ein weiteres Element unserer Strategie ist eine noch größere Kunden- und Serviceorientierung. Der Kunde mit seinen Wünschen muss noch stärker als bisher im Mittelpunkt unseres Handelns stehen. Wir müssen in der Branche Standards setzen und stärker herausstellen, dass wir exklusive Häuser mit exklusivem Service anbieten.
3. Klare und marktgerechte Produktpolitik. Hierzu haben wir eine Produktoffensive gestartet, um uns durch moderne und zukunftsweisende Hausmodelle noch deutlicher als bisher von Wettbewerbern abzusetzen und neue Kundenkreise zu erschließen. In den letzten 2½ Jahren haben wir allein im Rahmen der Kampa-Haus-Vertriebslinie acht neue Hausreihen vorgestellt, die am Markt überzeugen und zunehmend Abnehmer finden.
4. Auch die Internationalisierung des Kampa-Haus-Vertriebs wurde 2000 vorangetrieben: In der größten Musterhausausstellung Österreichs haben wir ein Kampa-„Palais“ der Spitzenklasse eröffnet und Verkaufsbüros in den absatzstärksten Regionen Österreichs eingerichtet. Zudem sind wir seit kurzem ebenfalls in der Schweiz vertreten.

Langsamer mahlen die Mühlen in Polen: Zwar haben wir im Zentrum Warschaws mittlerweile eine Vertriebsniederlassung eröffnet, aber der Kauf des Grundstücks für

ein Musterhaus in Posen verzögerte sich bis in den vergangenen November. Daher werden wir das geplante Kampa-Haus dort erst in diesem Jahr eröffnen.

Weitere wichtige Projekte waren im abgelaufenen Geschäftsjahr die Implementierung der betrieblichen Standardsoftware SAP R/3, die uns auch noch 2001 beschäftigen wird, sowie die Überarbeitung unseres Internetauftritts. Hiermit erschließt sich die Kampa-Unternehmensgruppe einen zusätzlichen Vertriebsweg – und schafft vor allem aber einen neuen Informationskanal für Sie, unsere Aktionäre, für Journalisten und andere Interessenten. Unter der Adresse www.kampa-ag.de finden Sie die völlig neu gestalteten Investor Relations- und Presseseiten.

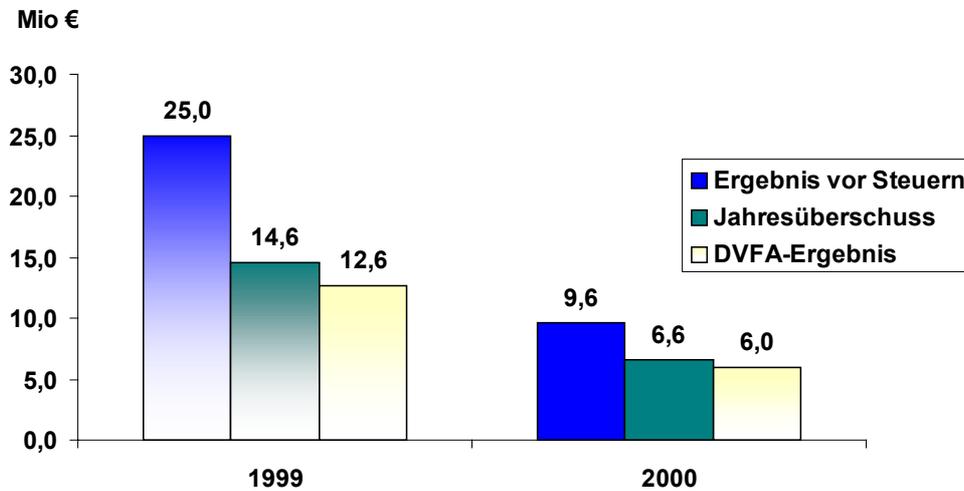
Investitionen und Cash-Flow im Kampa-Haus-Konzern (in Mio €)



KAMPA

Insgesamt haben wir konzernweit im Berichtszeitraum 10,8 Mio € investiert, 0,8 Mio € weniger als 1999. Der größte Anteil hiervon entfiel auf Musterhäuser, Maschinen und Geschäftsausstattung sowie den Fuhrpark und Geschäftsbauten. Ein kleinerer Betrag floss in immaterielle Vermögensgegenstände. Den gesamten Investitionsbedarf haben wir - wie gewohnt ohne Kredite - aus dem Cash-Flow in Höhe von 14,2 Mio € - das sind 1,42 € je Aktie – finanziert.

Ertragsentwicklung des Kampa-Haus Konzerns in Mio €



KAMPA

Im vergangenen Jahr stand die Ertragslage insgesamt unter hohem Druck: Wie bereits mitgeteilt, sank das Konzernergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit auf 9,6 Mio € (Vj. 25,0) und der Konzernjahresüberschuss auf 6,6 Mio € (Vj. 14,6). Das DVFA-Ergebnis belief sich auf 6,0 Mio € (Vj. 12,6), das waren 60 Cent je Aktie (Vj. 1,26 €).

Mit der Nettoumsatzrendite von 3,3% stehen wir in der Baubranche weiterhin gut dar, selbst wenn die Rentabilität bei weitem nicht unseren Zielvorstellungen entspricht. Allerdings tröstet uns die Tatsache wenig, dass die meisten anderen Bauunternehmen in Deutschland Verluste machen, während Kampa-Haus seine Gewinne im Moment noch fast ausschließlich im Inland erzielt.

Trotz des Ergebnismrückgangs schlagen Vorstand und Aufsichtsrat Ihnen eine Dividende von 90 Cent je Aktie vor. Damit bewegen wir uns - ohne den Bonus aus 2000 - auf Vorjahreshöhe. Zusammen mit der Steuergutschrift von 39 Cent erhalten Sie eine Bruttodividende von 1,29 €. Gemessen an einem Kurs von etwa 9 € entspricht dies einer Bruttorendite von rund 14%. Wir nutzen in diesem Jahr letztmalig die Möglichkeit, Ihnen das anrechenbare Körperschaftssteuerguthaben zugute kommen zu lassen. Bei der Höhe der Dividende haben wir die, mit dem neuen Körperschaftssteuerrecht verbundenen, steuerlichen Nachteile für das Unternehmen und letztlich auch für Sie, verehrte Aktionäre, berücksichtigt. Die gesetzlich vorgeschriebene Umgliederung der mit 45% Körperschaftssteuer belasteten Eigenkapitalanteile, über die wir noch in größerem Umfang verfügen, kostet uns allerdings einmalig rund 3,5 Mio €.

Erfreulicher ist die Tatsache, dass unsere Gesellschaft in diesem Jahr ihr 15-jähriges Börsenjubiläum hat. Seit 1986 ist unser Unternehmen kontinuierlich von einem überregionalen Hausanbieter zu einem Mehrmarkenkonzern gewachsen, der seit einiger Zeit auch im benachbarten Ausland tätig ist. In diesen 15 Jahren waren wir auch immer ein verlässlicher Partner für unsere Kunden, Aktionäre und Mitarbeiter. Beide Eigenschaften, „Kontinuität“ und „Verlässlichkeit“, zählen zu den Stärken von Kampa-Haus, schließlich halten unsere Häuser ja auch Generationen lang.

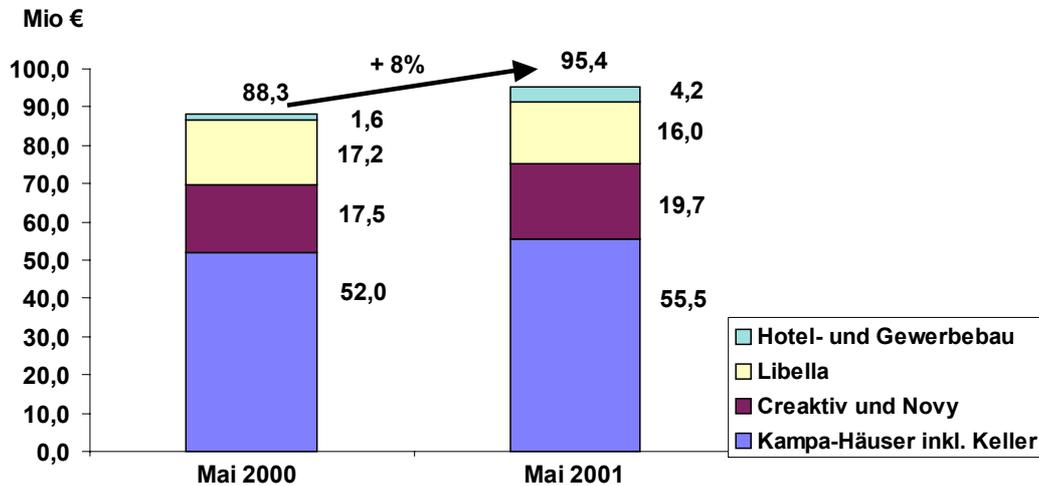
Kontinuität und Verlässlichkeit hat auch die Arbeit der beiden Aufsichtsratsmitglieder geprägt, deren Amtszeit heute endet. Dietrich Walther hat maßgeblichen Anteil an unserem Börsengang gehabt und war seit dieser Zeit als Aufsichtsratsvorsitzender für unsere Gesellschaft tätig. Für Ihren geschätzten Rat, Herr Walther, ihre jederzeitige Unterstützung und ihre stetige Hilfe als Vorsitzender danke ich Ihnen im Namen des Vorstands und der Mitarbeiter. Unser Dank gilt auch Wilfried Koschorreck, der ebenso seit 1986 Mitglied im Aufsichtsrat unseres Unternehmens war. Ich bin überzeugt, dass Sie beide unserer Gesellschaft auch weiterhin freundschaftlich verbunden bleiben werden.

Nochmals zum Thema Kontinuität und Verlässlichkeit: Angesichts der Geschwindigkeit, mit der heute manche Unternehmen entstehen, an die Börse gebracht werden und von dort wieder verschwinden, ist unser Jubiläum an sich schon erwähnenswert. Ich bin allerdings sicher, für uns alle zu sprechen, wenn ich gestehe, dass die Freude hierüber noch größer wäre, wenn der Börsenkurs und die Geschäftsentwicklung ebenfalls Anlass zum Feiern geben würden.

Zur Kursentwicklung haben Sie sich bestimmt in der vergangenen Woche auch die Frage gestellt, warum die Aktie kurz vor der Hauptversammlung bei Umsätzen, die das Mehrfache eines normalen Tageshandels ausmachen, einen Sprung von dreizehn Prozent auf rund neun Euro gemacht hat. Fundamentale Gründe gibt es hierfür nicht. Wir vermuten, ein ausländischer Fonds hat seine Position glattgestellt. Außerdem ist es möglich, dass technische Reaktionen eine Rolle gespielt haben. Beim Unterschreiten von Limits werden Verkäufe automatisch getätigt, wodurch sich ein Abwärtstrend dann selbst beschleunigt.

Aber lassen Sie uns nicht in den Wunden der Vergangenheit wühlen, sondern blicken Sie mit uns in die Zukunft. Wie schon gesagt, können wir wieder optimistischer nach vorne schauen, als noch vor wenigen Monaten.

Auftragseingänge im Kampa-Haus Konzern im Mai in Mio €



KAMPA

Grund ist die erfreuliche Entwicklung der Auftragseingänge: Schon für die ersten drei Monate hatten wir ein deutliches Plus bei den Verkäufen gemeldet. Dieser Trend hat sich im April und Mai verstetigt. Um acht Prozent auf 95,4 Mio € (Vorjahr 88,3) stiegen die Bestellungen gegenüber den ersten fünf Monaten des Vorjahres. Kampa-Häuser und Creaktiv-Ausbauhäuser haben sich sehr gut verkauft, Libella und Novy liegen im Plan und beim Hotel- und Gewerbebau haben wir mehr als das doppelte an Aufträgen hereingeholt wie im Jahr zuvor. Diese Aufträge werden wir 2001 nur zu einem geringen Teil verbauen können, denn das Gros der Umsätze fließt in 2002. Und wenn dieser Trend anhält, dann schwenkt Kampa-Haus 2002 endlich wieder auf den Wachstumspfad. Die Aussichten, dass uns dies gelingt, sind so gut wie schon lange nicht mehr.

2001 – das laufende Geschäftsjahr

Der Eigenheimmarkt:

- * **Baukonjunktur weiter in Rezession (bis März 2001 –26% Baugenehmigungen für Eigenheime)**
- * **Keine kurzfristigen Impulse durch die „Riester“-Rente**
- * **Überkapazitäten und harter Wettbewerb**

Kampa-Haus:

- * **Kosten senken: Kapazitäten anpassen und besser auslasten durch Umschichtung zwischen den Werken und Personalanpassungen**
- * **Internationalisierung**
- * **Ertragskraft bei Libella verbessern**
- * **Produktoffensive wird fortgesetzt**
- * **Die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden in den Mittelpunkt stellen**
- * **Neue Vertriebswege: Kampa-Info-Parks**

KAMPA

Von der Baukonjunktur erwarten wir keine Unterstützung, denn dort ist mit einem weiteren Rezessionsjahr zu rechnen. Die Bauinvestitionen sollen nochmals abnehmen, die Baugenehmigungen und Fertigstellungen für Eigenheime werden ebenfalls zurückgehen. Bis zum März 2001 waren die Genehmigungen für Ein- und Zweifamilienhäuser in Deutschland nochmals um 26% gefallen. Mittelfristig werden sie sich bei jährlich etwa 195.000 Wohnungen einpendeln. Gegenüber Ende der 90er Jahre bedeutet dies einen Rückgang um 50.000 Einheiten. Sie müssen sich das einmal vor Augen halten: 50.000 Eigenheime weniger, das ist eine mittelgroße Stadt, die wir jedes Jahr weniger bauen.

Auch die Förderung von Wohneigentum im Rahmen der so genannten Riester-Rente stimmt eher traurig. Erst müssen Sie für die Privatrente ansparen. Wenn dann nach rund 10 Jahren genug im Topf ist, dürfen Sie einen Teil entnehmen und sich selbst für Ihre Immobilie leihen. Steht Ihr Haus, müssen Sie aber nicht nur die Kredite für den Kauf abtragen, sondern das Entnommene auch noch wieder in Ihre Privatrente zurückzahlen. Viele Haushalte werden diese Belastung nicht tragen können. Junge Familien schon gar nicht, aber die haben ja auch noch nicht genügend angespart, um sich bei sich selbst etwas leihen zu können.

Wir vergessen nicht, das die kommenden Jahre weiterhin von Überkapazitäten und einer spürbaren Marktbereinigung geprägt sein werden. Diese ist mehr denn je notwendig. Aber um eine bessere Auslastung unserer Werke Minden und Kinding zu erreichen, werden wir dort die Produktion zu Lasten der beiden anderen Standorte Linthe und Waldmohr stärken.

Konzernintern werden wir natürlich weiterhin alles Mögliche und Nötige unternehmen, um in dem schrumpfenden Eigenheimmarkt zukünftig wieder steigende Gewinne zu erzielen. Hierzu zählt unter anderem, dass eine Unternehmensberatung zurzeit bei Kampa-Haus weitere Einsparpotenziale ermittelt und einen geeigneten Maßnahmenkatalog erarbeitet.

International werden wir unsere Verkaufsaktivitäten in Österreich und Polen aber auch in der Schweiz weiter intensivieren und ausbauen.

Mit Unterstützung eines externen Ingenieurbüros setzen wir auch bei Libella momentan verschiedene Vorhaben zur Effizienz- und Effektivitätssteigerung um. Die erkennbaren Fortschritte lassen die Prognose zu, dass die Tochtergesellschaft 2001 wieder die Verlustzone verlassen wird.

Im Zuge der Umstrukturierung haben wir zum Jahresbeginn übrigens auch die Rechtsform unserer Werke geändert und die Zahl unserer Tochtergesellschaften verringert. Aus steuerlichen Gründen ist es sinnvoll, dass die Ergebnisse der Tochtergesellschaften direkt an die Konzernmutter abgeführt werden, wofür wir im Tagesordnungspunkt 5 um Ihre Zustimmung bitten.

Bei den Kampa-Hausreihen zeigt sich, dass wir mit unserer Produktoffensive Erfolg haben. Mit den neuen, modernen Hausmodellen „Trend“, „Maisonette“, „Arondo“ und „Solair“ sprechen wir zusätzliche Kundenkreise an. Unsere Tochtergesellschaft Creaktiv wird in Kürze für Kunden mit schmalere Budget das Hausmodell „Aktiva“ vorstellen, ein besonders günstiges Ausbauhaus zu einem Quadratmeterpreis von rund 1000,-- DM.

Wir sind überzeugt, dass wir nach Abschluss der Neuausrichtung und Anpassung der Kapazitäten an das verringerte Markt- und Auftragsvolumen wieder höhere Renditen erzielen werden als momentan.

Um zusätzliche Kundenkreise anzusprechen, werden wir im Vertrieb neue Wege gehen. Ende des Jahres beginnen wir mit dem Bau des ersten „Kampa-Info-Parks“ rund um das Thema „Bauen, Wohnen und Leben“. Eingebettet in eine Parklandschaft werden die Vertriebslinien des Kampa-Haus-Konzerns einen großen Ausschnitt ihrer Modellpaletten vorstellen. Berater stehen für alle Fragestellungen bereit, Veranstaltungen ergänzen das Angebot. Familien können im „Info-Park“ alle Informationen rund um den Hausbau in entspannter Atmosphäre erfahren. Zusätzliche „Info-Parks“ sollen in den kommenden Jahren an anderen Werksstandorten in Deutschland entstehen.

Planungen 2001

- * **Gesamtleistung 2001: 150 Mio €**
- * **Im ersten Halbjahr 2001 Umsatzrückgang, zweites Halbjahr steigende Umsätze**
- * **Ertragslage stabilisieren**
- * **Weiterhin steigende Auftragseingänge, um 2002 mehr Umsatz und Gewinn zu erzielen**
- * **Aktuelle Neuausrichtung wird 2001 abgeschlossen**

KAMPA

Bis dahin ist allerdings noch ein weiter Weg. Auch wenn wir 2001 steigende Verkaufszahlen registrieren, so werden die Umsätze im laufenden Jahr angesichts der niedrigen Bestellungen aus 2000 nochmals zurückgehen. Insgesamt rechnen wir im laufenden Geschäftsjahr mit einer Gesamtleistung von rund 150 Mio €. Noch bis Mitte des Jahres erwarten wir Umsätze, die deutlich unter denen des Vorjahres liegen. Sie wissen, wir haben in den ersten drei Monaten die Produktion heruntergefahren, Urlaubsansprüche abgebaut und in einigen Werken Kurzarbeit angeordnet. Gleichzeitig haben Fremdfirmen, die notwendige Vorarbeiten leisten, auf Grund der schlechten Auftragslage ihre Leistung reduziert, so dass auch bei uns die Produktion erst später angerollt ist. Deswegen liegen die Umsätze Ende Mai noch mit 34,2 Mio € (Vj. 73,9) um knapp 54% unter dem hohen Vergleichswert aus 2000.

Ab dem dritten Quartal werden die Erlöse spürbar ansteigen, eine Entwicklung die sich dann 2002 fortsetzen wird, wenn die Auftragseingänge weiterhin zulegen.

Auf der Ertragslage lasten 2001 unverändert die Aufwendungen für die Neuausrichtung, die Kosten für die Kapazitätsanpassung und die Produktoffensive. Auch das geringere Umsatzvolumen wirkt sich negativ auf die Ertragslage aus. Angesichts des scharfen Wettbewerbs wird weiterhin um jeden Kunden und jeden Auftrag gekämpft, entsprechend schlagen höhere Marketingaufwendungen zu Buche.

Aus heutiger Sicht wird sich das Ergebnis trotz der bereits erzielten Erfolge in diesem Jahr nochmals verschlechtern.

Zu den positiven Rahmenbedingungen zählen nach wie vor die im Vergleich zu anderen Industrieländern niedrige Wohneigentumsquote und der Wunsch von 84% der Deutschen, in den eigenen vier Wänden zu wohnen. Kampa-Haus ist mit excellenten Produkten in hoher Qualität der erste Ansprechpartner für Bauinteressenten. Dies und die solide Unternehmensfinanzierung gibt uns die Gewissheit, zusammen mit unseren hochqualifizierten und engagierten Mitarbeitern die momentan schwierige Situation zu bewältigen.

Unsere teilweise schmerzhafteste Neuausrichtung vor dem Hintergrund von Überkapazitäten und harten Konkurrenzkämpfen, die drastische Senkung unserer Kosten, unsere Produktoffensive und der Kampf um Marktanteile – das alles sind keine einmaligen Ereignisse. Im Gegenteil: Es geht darum, die Kampa-Haus AG mit einer klaren und flexiblen Struktur in einem sich rasch verändernden Markt neu zu positionieren, damit wir zukünftig in der Lage sind, uns ohne große Reibungen kontinuierlich anzupassen. Und das Gute ist: Bei drastisch gesenkten Fixkosten führen zunehmende Umsätze in der Zukunft zu deutlich stärker steigenden Gewinnen.

Meine Damen und Herren, ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit.

