

ICONIC CAMPERS

AUSGABE 2/22

MENSCHEN.MARKEN.MÄRKTE.

INTERVIEW

MIT GERD ADAMIETZKI
IM GESPRÄCH
Seite 8

NEUHEITEN

EIN BÜNDEL AN NEUHEITEN
FÜR DAS MODELLJAHR 2023
Seite 23

INNOVATION

WIE DIE ELEKTROMOBILITÄT
IM CARAVANING EINZUG HÄLT
Seite 35



KnausTabbert

Wir bewegen



1,4 MRD

AUFTRAGSBESTAND

Gemessen an den Neuzulassungen im ersten Halbjahr 2022 verzeichnete die Caravanning-Branche in Deutschland das zweitbeste Ergebnis ihrer Geschichte. Und die Nachfrage bleibt hoch. So konnte die Knaus Tabbert Gruppe zum 30. Juni einen Auftragsbestand von 36.600 Einheiten, also Wohnmobilen, Wohnwagen und Kastenwagen oder 1,4 Mrd. Euro präsentieren. Diese Zahlen zeigen die unverändert große Begeisterung für das Thema Caravanning und die Produkte der fünf Konzernmarken.

12 TSD.

NEUE AUFTRÄGE IM ZWEITEN QUARTAL

Alleine im zweiten Quartal 2022 konnte der Konzern 12.145 Neubestellungen verbuchen. Dabei ist anzunehmen, dass diese Zahl nicht die tatsächliche Nachfrage widerspiegelt: Knaus Tabbert schätzt, dass zum Ende des ersten Halbjahres 2022 deutlich mehr als 5.000 Aufträge für das Modelljahr 2023 nicht angenommen werden konnten da viele Modelle bereits ausverkauft sind.



3.802

MITARBEITER

Gut ausgebildete und engagierte Mitarbeiter sind einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren. Im ersten Halbjahr 2022 hat sich die Zahl deutlich um 193 Köpfe erhöht. Für das geplante Wachstum der Gruppe ist die frühzeitige Rekrutierung unerlässlich und so baut Knaus Tabbert bereits heute das Wissen und die Kapazität für morgen auf.

5 LIEFERANTEN

KNAUS TABBERT ERWEITERT DAS PRODUKTPORTFOLIO

In den vergangenen 9 Monaten konnte Knaus Tabbert Mercedes, Ford und VW als neue Premium Lieferanten für motorisierte Fahrgestelle von Wohnmobilen und Camper Vans gewinnen. Damit sollen künftig lange Lieferzeiten der Vergangenheit angehören und Kunden zugleich eine größere Modellvielfalt geboten werden. Bereits auf der Händlerfachtagung im Juni 2022 hat die Gruppe zahlreiche neue Fahrzeuge für alle Chassis vorgestellt.



EUR 447 MIO.

UMSATZ IM ERSTEN HALBJAHR

Der Konzernumsatz im ersten Halbjahr 2022 ist auf EUR 447,1 Mio. gestiegen nach EUR 441,6 Mio. im Vorjahreszeitraum. Dies entspricht einem Wachstum von 1,3 %. Insgesamt wurden so im Premium- und Luxussegment 13.792 Freizeitfahrzeuge aller Knaus Tabbert Marken verkauft.

ÜBERBLICK



4	VORWORT
6	DER KONZERN
8	INTERVIEW MIT GERD ADAMIETZKI
10	FOKUS: KNAUS AZUR
12	FOKUS: URBANCAMPERS

14	FOKUS: TABBERT PEP PANTIGA
16	REISEBERICHT
18	NEWS
20	MORELO OPEN 2022
22	HÄNDLERFACHTAGUNG
28	MENSCHEN BEI KNAUS TABBERT

32	INNOVATION UND NACHHALTIGKEIT
38	AKTIE
40	FINANZEN
44	IMPRESSUM

SEHR GEEHRTE LESERINNEN & LESER, LIEBE CAMPING- FREUNDE!



„Iconic Campers“ – das bedeutet Leistungsversprechen und Selbstverpflichtung zugleich. Nicht ohne Grund hat der Name Knaus Tabbert in der Caravaning-Branche einen ausgezeichneten Ruf.

Seit mehr als 100 Jahren stehen unsere Marken und Fahrzeuge für Kompetenz, Innovationskraft, Qualität und vor allem anderen für ein erstklassiges Caravaning-Erlebnis. Damit begeistern wir Kunden, Händler und Mitarbeiter gleichermaßen.

Das macht sich auch in dem derzeit angespannten gesamtwirtschaftlichen Umfeld positiv bemerkbar. So ist es uns in den letzten zwölf Monaten gelungen, trotz der anhaltenden weltweiten Lieferengpässe die Zahl unserer Zulieferer für motorisierte Fahrgestelle und Kastenwagen von zwei auf nunmehr fünf Hersteller auszubauen. Bereits im Frühjahr konnten wir entsprechende Kooperationen mit Mercedes und Ford bekannt geben, vor Kurzem haben wir auch eine Vereinbarung mit Volkswagen Nutzfahrzeuge geschlossen. Die bestehende Partnerschaft mit MAN werden wir deutlich ausbauen. Konkret heißt das: Wir haben jetzt Lieferbeziehungen mit so gut

**WOLFGANG
SPECK,**
CEO

wie allen für die Branche relevanten Lieferanten für motorisierte Freizeitfahrzeuge. Und das nicht zuletzt dank unseres guten Namens.

Diese gute Stellung am Markt zu verteidigen und weiter auszubauen, ist eine wesentliche Triebfeder unserer täglichen Arbeit. Deshalb investieren wir auch in wirtschaftlich unsicheren Zeiten kontinuierlich in Innovationen und Weiterentwicklungen unseres Produkt-Portfolios – immer auf der Suche nach dem noch besseren Caravaning-Erlebnis. Auf unserer Händlertagung im Juni mit mehr als 1.000 Besuchern haben wir allein 18 neue Modellvarianten für die kommende Saison vorgestellt. Diese Innovationskraft ist ein bedeutender Faktor für unsere Marktstellung.

Gerade in diesen Wochen, zwischen unserer Händlertagung Ende Juni und dem Caravan Salon Ende August, stehen Innovationen bei Knaus Tabbert im Mittelpunkt. Einiges dazu werden Sie auf den weiteren Seiten dieses Magazins lesen. Durch unsere Vereinbarung mit Volkswagen Nutzfahrzeuge werden wir beispielsweise das Segment der Caravaning Utility Vehicles (CUV) neu definieren. Auf Basis der T6.1-Plattform, auch

bekannt als „Bulli“, werden wir mit den Marken WEINSBERG und KNAUS künftig sehr kompakte, wendige und städtetaugliche Reisemobile ohne die bisher üblichen Abstriche bei Flexibilität, Wohnraum und Komfort anbieten. Aber auch im Bereich der Wohnwagen haben wir Neuigkeiten. Mit dem AZUR konnten wir den ersten Serien-Wohnwagen in der innovativen robotergesteuerten FibreFrame- Bauweise präsentieren. Dieser überzeugt nicht nur mit hervorragenden Stabilitätseigenschaften und selbstheilenden Außenflächen, sondern vor allen Dingen mit einem deutlichen Gewichtsvorteil gegenüber der herkömmlichen Bauweise.

Um die Nachfrage bedienen zu können und gleichzeitig die Lieferzeiten zu verkürzen, investieren wir gleichermaßen in die Ausweitung und Automatisierung der Fertigung wie auch in den Aufbau qualifizierten Personals. In zahlreichen Branchen sehen wir, dass Personalmangel den Geschäftserfolg beeinträchtigt und weiteres Wachstum bremst. Das wollen wir bei Knaus Tabbert vermeiden. Daher müssen wir für einen begrenzten Zeitraum akzeptieren, dass das Vorhalten und die Qualifizierung zusätzlichen

Personals unsere Margen nicht so wachsen lässt, wie es bei intakten Lieferketten möglich wäre.

Aus diesem Grund werden wir 2022 zwar den Umsatz deutlich steigern, wenn auch noch nicht mit der angestrebten Profitabilität.

Dies alles erfordert sowohl das Vertrauen unserer Kunden und Partner als auch unserer Investoren beziehungsweise des Kapitalmarktes. Investitionen und Innovationen fallen nicht einfach vom Himmel, sie müssen solide finanziert werden. Und unsere Finanzkraft ist ebenfalls ein wichtiger Wettbewerbsfaktor im Markt. Einen beeindruckenden Beweis dieses Vertrauens unserer Investoren lieferte im Juni die erfolgreiche Platzierung eines Schuldscheindarlehens über 100 Millionen Euro. Diese Mittel werden unser Investitionsprogramm zusätzlich unterstützen und absichern.

Und nun freuen Sie sich mit mir auf interessante Einblicke in die Welt von Knaus Tabbert! Bleiben Sie uns gewogen, als Leser, als Camper, als Freund oder Mitarbeiter des Unternehmens.

Ihr Wolfgang Speck

**„WIR HABEN JETZT
LIEFERBEZIEHUNGEN MIT
SO GUT WIE ALLEN FÜR
DIE BRANCHE RELEVANTEN
LIEFERANTEN FÜR MOTORISIERT
FREIZEITFAHRZEUGE.“**

WOLFGANG SPECK, CEO

FÜNF IKONISCHE MARKEN

KNAUS TABBERT IST EINER DER FÜHRENDE ANBIETER VON FREIZEITFAHRZEUGEN. DAS UNTERNEHMEN ENTWICKELT UND PRODUZIERT HOCHWERTIGE REISEMOBILE, CARAVANS UND KASTENWAGEN UND BIETET DIENSTLEISTUNGEN FÜR DEN ENDKUNDEN AN.

Die Produkte werden unter den fünf Marken KNAUS, TABBERT, WEINSBERG, T@B und MORELO angeboten. Vom Lifestylekunden bis zum Luxusurlauber erstreckt sich das gesamte Sortiment an Freizeitfahrzeugen für jeden Geschmack und jedes Budget. Knaus Tabbert bietet seit kurzem auch eine komplett neue Fahrzeugklasse bei KNAUS und WEINSBERG an. Die Caravanning Utility Vehicle (CUV) sind vollwertige Reisemobile mit äußerst kompakten Abmessungen. Ergänzend dazu stellt Knaus Tabbert Kunden das digitale Portal Rent and Travel zur Verfügung, eine attraktive Plattform, um Freizeitfahrzeuge innerhalb eines Partnernetzwerks anzumieten.

	Caravan	Reisemobil	CUV*	Camper Vans	
* Caravanning Utility Vehicle (CUV)	■	■	■	■	KNAUS
	■	■	■	■	TABBERT
	■	■	■	■	WEINSBERG
	■	■	■	■	T@B
	■	■	■	■	MORELO

Übersicht über die Produktkategorien der einzelnen Marken





KNAUS

Seit 1960 verwirklicht die Traditionsmarke KNAUS Urlaubsträume. Bei der Produktion wird auf niederbayerische Handwerkskunst gesetzt, bei der Entwicklung auf modernste Konstruktions- und Fertigungstechniken. Bestes Beispiel dafür ist die revolutionäre FibreFrame-Technologie, ein hochfester Glasfaserrahmen, der für einen selbsttragenden Aufbau sorgt und zudem kompromisslosen Ultraleichtbau bei erhöhter Crashesicherheit erlaubt und KNAUS als Innovationsführer der Branche positioniert.

KNAUS bietet als Vollsortimenter in allen Fahrzeugkategorien des Mittelpreissegments passende Modelle, die sich durch voll ausgestatteten Wohnkomfort bei effektivster Raumnutzung auszeichnen.



MORELO

MORELO ist Knaus Tabberts Luxusmarke und gehört zu den besten Europas. Damit zu reisen, steht für exzellenten Komfort und ausgezeichnete Qualität.

Die Knaus Tabbert Gruppe entwickelt ihr Portfolio stetig weiter und ergänzt es um neue Produkte. Mit ihren Innovationen prägen sie den Markt maßgeblich und gestalten die Zukunft des Caravanings mit.



TABBERT

Seit mehr als 65 Jahren steht TABBERT für ausgefeilte Premium-Caravans und das nicht ohne Grund. Fünf zentrale Kompetenzen prägen jede Idee, jeden Handgriff und jedes Modell. Sei es eine umlaufende Ambientebeleuchtung, der TABBERT Fensterriegel oder die Komforttür.

In den Bereichen Design, Innovation, Klima, Langlebigkeit und Sicherheit leben wir bei TABBERT jeden Tag aufs Neue das Leistungsprinzip.



WEINSBERG

Authentisch, individuell und voller Leidenschaft – das ist die Marke WEINSBERG.

Die perfekte Mischung aus Qualität, Erfahrung und einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis überzeugt jeden Campingliebhaber mit Anspruch.

T@B

T@B, der Caravan mit seiner prägnanten Silhouette im modernen Retrodesign, erregt Aufsehen und genießt längst Kultstatus.

Trotz seiner kompakten Form überrascht er mit erstaunlich großzügigem Interieur und intelligenten Details.



IM GESPRÄCH MIT ...

GERD ADAMIETZKI, CSO

EINE INNOVATIONS-OFFENSIVE MIT 18 NEUEN MODELLEN FÜR 2023 HAT KNAUS TABBERT IM JUNI DEN FACHHÄNDLERN VORGESTELLT. WIE GEHT DAS IN ZEITEN VON PANDEMIE UND ANGESpannten Lieferketten?

ADAMIETZKI: Noch nie in der Unternehmensgeschichte konnten wir unseren Händlern so viele Neuheiten präsentieren. Die Vielfalt ist auch unsere Antwort auf die Wünsche der Händler und Endkunden sowie auf die Herausforderungen entlang der Lieferketten. Die Händler werden überrannt von Anfragen zu Reisemobilen und Wohnwagen. Caravaning ist mehr denn je im Trend.

Bei Knaus Tabbert haben wir die Pandemie auch als Chance begriffen. Wir haben Gas gegeben und das größte Investitionsprogramm der Unternehmensgeschichte begonnen. Wir haben an neuen Modellen und innovativen Ausstattungstechnologien gearbeitet. Durch die Zusammenarbeit mit drei neuen Chassis-Lieferanten haben wir unser Produktportfolio optimiert und erweitert. Und wir haben in Personal und Produktion investiert: mit Fort- und Weiterbildung einerseits, Digitalisierung und Automatisierung andererseits.

MIT VOLKSWAGEN NUTZFAHRZEUGE, MERCEDES UND FORD HAT KNAUS TABBERT DIE ZAHL DER LIEFERANTEN VON FAHRGESTELLEN IN DIESEM JAHR VON ZWEI AUF FÜNF ERWEITERT. WELCHE VORTEILE HAT DAS?

ADAMIETZKI: In der Vergangenheit spielte die Exklusivität von Lieferbeziehungen eine wichtige Rolle in unserem Geschäft. Gerade in den letzten zwei Jahren hat sich das jedoch zunehmend als Engpass erwiesen, wenn unsere traditionellen Partner nicht liefern konnten.

Wir haben daraufhin Gespräche mit den anderen Fahrgestellproduzenten aufgenommen, die noch am Markt aktiv sind. Und wir durften feststellen, dass Knaus Tabbert als überaus attraktiver Partner wahrgenommen wird. Mercedes, Ford und Volkswagen Nutzfahrzeuge wollen alle künftig Chassis an Knaus Tabbert liefern. Dabei werden unsere bisherigen Zulieferer Fiat und MAN ihre geplanten Lieferzahlen nicht reduzieren, sondern die neuen Chassis kommen on top.

Für unsere Kunden bedeutet das nicht nur eine deutliche Verkürzung der Lieferzeiten, sondern auch ein erhebliches Plus an Vielfalt. Und wir selbst können künftig mit dem CUV, dem Caravaning Utility Vehicle auf Basis des VW Bulli, sogar eine neue Fahrzeugklasse anbieten.

WARUM HAT DIE ZUSAMMENARBEIT MIT VOLKSWAGEN ZUR EINFÜHRUNG DES URBAN CAMPERS, EINER NEUEN FAHRZEUGKLASSE, IM KONZERN GEFÜHRT?

ADAMIETZKI: Der Bulli ist ein Fahrzeug mit Tradition und Kultstatus. Jetzt kommt er in der siebten Generation auf den Markt und steht für Zuverlässigkeit, Komfort und Qualität. Das Besondere an der T6-Plattform für das Caravaning ist, dass die Maße unterhalb der bisherigen Einstiegsmodelle für

Wohnmobile liegen. Das Fahrzeug lässt sich nahezu wie ein normaler Bulli benutzen und kann daher auch im Alltag eingesetzt werden. Das Wesentliche ist, dass wir das Fahrzeug trotz dieser überschaubaren Maße durch innovative Ideen wie ein vollwertiges Wohnmobil ausstatten konnten. Dazu gehört beispielsweise eine klappbare Dusche, wodurch sich die Fläche des Badezimmers nahezu verdoppelt.

LANGE LIEFERZEITEN, VERSPÄTETE AUSLIEFERUNGEN. WAS ERWARTET DIE KUNDEN IN DIESEM JAHR?

ADAMIETZKI: Die Probleme bei den Auslieferungen sind ein ernstes Thema für die Wirtschaft. Sie können das täglich in der Presse lesen und man erfährt es selbst im Alltag am laufenden Band. In der Fertigung sieht das nicht anders aus. Mal fehlen Fahrzeuge, dann sind es Elektrogeräte oder Fenster.

In den vergangenen Monaten haben wir nahezu täglich unsere Produktion umgeplant. Mal mussten wir Mitarbeiter früher nach Hause schicken, an anderen Tagen waren Überstunden notwendig. Eine Herausforderung für die Menschen, für die Produktion, aber auch für unsere Händler und deren Kunden.

Mit der Flexibilisierung unserer Produktion waren wir in einem gewissen Rahmen in der Lage, auf die angespannte Liefersituation zu reagieren. Auch in den kommenden Monaten müssen wir davon ausgehen, dass es immer wieder zu Verzögerungen kommt. Wir können sicher sagen, dass diese nicht auf Knaus Tabbert zurückzuführen sind,



GERD ADAMIETZKI,
CSO

denn wir haben in den vergangenen Monaten Personal aufgebaut, ausgebildet und unsere Fertigung ausgebaut. Rund 33 Millionen Euro sind bereits in diesem Jahr investiert worden. Zudem erhöhen wir die Zahl unserer Lieferanten und gerade im Wohnmobilmobilbereich macht sich dies bereits bemerkbar.

MIT DEM KNAUS AZUR BRINGT KNAUS TABBERT ERSTMALS EINEN SERIENWOHNWAGEN IN RAHMENBAUWEISE AUF DEN MARKT. WELCHE VORTEILE BRINGT DIESE TECHNOLOGIE?

ADAMIETZKI: Die Rahmenbauweise, auch FibreFrame-Technologie genannt, beschäftigt uns schon seit 2016.

Doch die Komplexität dieser Produktionsweise hat uns vielfach vor Herausforderungen gestellt und mit neuen Problemen konfrontiert. Immer wieder mussten wir uns selbst hinterfragen, neu beginnen, andere Wege gehen. Aber der Ansatz hat uns überzeugt, auch wenn die Umsetzung unglaublich kompliziert war. Umso bedeutsamer ist jetzt dieses Ergebnis.

Im Azur konnten wir die neue Produktionsweise nun auf das Niveau der Serienfertigung heben. Damit sich die einzelnen Komponenten verkleben lassen, müssen die Einzelteile jedoch perfekt sein. Das erreichen wir durch die robotergestützte Fertigung, die erstmals Einzug in die Caravaning-Branche

hält. Wir haben also ein neues Fertigungsverfahren entwickelt und werden die Branche damit revolutionieren.

Auch bei den Produkten zeichnet sich das neue Verfahren aus. Der selbsttragende, hochfeste Rahmen sorgt für beste Stabilität und Langlebigkeit sowie große Flexibilität bei Grundrissgestaltung und Raumdesign von Wohnwagen.

Bei gleicher oder höherer Stabilität gegenüber der üblichen Sandwichbauweise wird Gewicht eingespart. Entsprechend positiv sind die Auswirkungen auf Kraftstoffverbrauch und Zuladung. Zugleich stehen die Rahmen für hohe Qualität und Belastbarkeit.

EIN INNOVATIVER KLASSIKER IM NEUEN RAHMEN

ALS DER KNAUS AZUR IM JAHR 2003 ERSTMALS DER ÖFFENTLICHKEIT VORGESTELLT WURDE, VERSCHOB ER IN DER BRANCHE DIE MASSSTÄBE FÜR INNOVATION UND KOMFORT. DIE PERFEKTE BASIS FÜR EINE ERFOLGSGESCHICHTE WAR GESCHAFFEN.

JETZT HAT KNAUS TABBERT DEN AZUR NEU ERFUNDEN UND ERWEITERT DAMIT ERNEUT DIE GRENZEN DES MACHBAREN: DER ERSTESERIENWOHNWAGEN IN RAHMENBAUWEISE WIRD IN EINER EIGENS ENTWICKELTEN ROBOTERGESTEUERTEN FERTIGUNGSSTRASSE PRODUZIERT.



RAHMENBAUWEISE SETZT MASSTÄBE

Während beispielsweise in der Schifffahrt die Rahmenbauweise oder FibreFrame-Technologie schon lange Tradition hat, konnte sie sich in der Caravaning-Industrie bisher nicht etablieren. Zu groß waren die Anforderungen an die Präzision der einzelnen Komponenten, die perfekt zueinanderpassen müssen. Es fehlten geeignete Technologien und auch das Zusammenfügen verlangte höchste Genauigkeit, die mit den bisherigen Verfahren nicht zu erreichen war.

Knaus Tabbert hatte bereits mit dem Travelino und dem Deseo seit 2016

immer wieder mit der Rahmenbauweise experimentiert. Die Technologien, die damals zur Verfügung standen, erlaubten noch keine wirkliche Serienfertigung.

Vielmehr erinnerte die Produktion an Manufakturarbeit. Ungeachtet der Herausforderungen bei der Realisierung war offensichtlich, dass die Technologie als solche erhebliche Vorteile in sich trägt.

LEICHTBAU, STABILITÄT UND FLEXIBILITÄT – NACHHALTIGE KONSTRUKTIONSFORM

Auf den ersten Blick verbindet die Rahmenbauweise gegensätzliche Eigenschaften: höhere Stabilität mit

mehr Flexibilität – und das alles mit weniger Gewicht. Aber es ist tatsächlich so. Der Rahmenbau basiert auf verklebten Materialteilen; mit Gelcoat versiegelte Formteile werden mittels Ultraschall verschweißt. Die Verklebung ist sogar haltbarer als die bisherigen Verschraubungen, wodurch auf diese verzichtet werden kann. Im Gegensatz zur traditionellen Sandwichbauweise – bisher die Basis für die Stabilität des Fahrzeugs – ist der neue Rahmen selbsttragend, also von sich aus eine stabile Konstruktion.

Dies ermöglicht einerseits völlig neue Formen im Außenbereich und bietet zudem deutlich mehr Flexibilität bei der Gestaltung des Innenraums

Küchenblöcke oder Schränke müssen – theoretisch – nicht einmal mehr auf dem Boden stehen oder mit der Decke verbunden sein. Und ein absolutes Highlight ist die „Selbstheilung“ des Materials. Einfache Beulen und Kratzer lassen sich mit ein wenig Hitze unsichtbar machen, dazu genügt bereits ausreichend Sonnenschein.

Die FibreFrame-Technologie spart auch Gewicht. Rund 500 Kilogramm weniger gegenüber der klassischen Konstruktion mit Gesamtgewichten von bis zu 2.000 Kilogramm – das ist beachtlich! Niedrigeres Gewicht trägt einerseits zu einem reduzierten Verbrauch des Zugfahrzeugs bei und andererseits lässt sich die Zuladung des Wohnmobils optimieren.

INNOVATION IN DER CARAVANING-INDUSTRIE

Die Rahmenbauweise im Serienbau ist erst mit dem großflächigen Einsatz einer robotergestützten Produktion möglich. Diese hat Knaus Tabbert nun erstmals in der Branche verwirklicht und damit einen Erfolgsfaktor aus anderen Branchen übertragen.

Die einzelnen Rahmen werden völlig automatisiert zusammengefügt und verklebt. Damit ist nicht nur gleichbleibende Qualität gewährleistet, sondern auch höhere Geschwindigkeit möglich.

WOHNWAGEN MIT VORBILDFUNKTION

Die neue Fertigungsweise gibt dem Knaus Azur auch ein anderes Gesicht. Bereits von außen zeigt sich die Dynamik über die Konturenbeleuchtung und die aufregende Formensprache.

Der Innenraum gewinnt durch schräg stehende Sitzbänke und teilweise schwebende Möbel, perfektioniert durch ein innovatives, speziell entwickeltes Beleuchtungskonzept.

DIE ZUKUNFT IM CARAVANING

Die Rahmenbautechnologie wird die Branche verändern und vermehrt in die Produktion Einzug halten. Wir prüfen derzeit, welche Modelle daran angepasst werden können. Auch für den Wohnmobilbau könnte sich das Produktionsverfahren

**HÖHERE
STABILITÄT
MIT MEHR
FLEXIBILITÄT –
UND DAS ALLES
MIT WENIGER
GEWICHT, DANK
FIBREFRAME-
TECHNOLOGIE.**

als attraktiver Weg erweisen. Leichtbau ist beispielsweise eine wesentliche Voraussetzung für die sinnvolle Nutzung neuer Antriebstechnologien, wie E-Mobilität.



Das Interieur glänzt mit ganzheitlichem Licht- und Designkonzept.



Von außen und innen ein echter Blickfang.

DER BULLI ALS VOLLWERTIGES WOHNMOBIL DIE ZEIT IST REIF FÜR RICHTIGE CUVS



KNAUS TABBERT VERFÜGT MIT VOLKSWAGEN NUTZFAHRZEUGE SEIT KURZEM ÜBER EINEN WEITEREN, FÜNFTEN CHASSIS-LIEFERANTEN:

Der VW Bulli – wenige Fahrzeuge rufen so viele Assoziationen und positive Emotionen hervor, wie das Kulturfahrzeug aus dem Volkswagen Konzern. Jetzt ist der Bulli in der 6. Generation unterwegs und im Rahmen der Zusammenarbeit beider Konzerne kann Knaus Tabbert erstmals ein gänzlich neues Reisemobil auf Basis der T6.1-Plattform. Mit dem ikonischen VW Bulli erfindet Knaus Tabbert den CUV, das Caravaning Urban Vehicle, neu und bietet ein ein komplett ausgestattetes, aber kompaktes und alltagstaugliches Reisemobil an. Und auch der VW Crafter findet Einzug in das Angebot der Konzernmarke Knaus.

NEUE FAHRZEUGKLASSE CUV BEI KNAUS TABBERT

Caravaning Utility Vehicle oder Caravaning Urban Vehicle? Nur eines, beides oder keins von beiden? Unter dem Kürzel CUV, das offiziell für Caravaning Utility Vehicle steht, werden bei Knaus Tabbert künftig Modelle verstanden, die den Camper Van mit dem Urban Camper verknüpfen: Also alltagstaugliche Außenmaße und dennoch ein vollwertiges Reisemobil. So tragen die übersichtlichen Dimensionen zur größeren Mobilität der Fahrzeuge bei und sprechen dadurch auch neue Zielgruppen an. Andererseits sind die kleineren Ausmaße für Paare oder kleine Familien optimal und auch für den Einsatz in der Stadt ideal.

VOLLER KOMFORT...

Klassischerweise führen die Ausmaße eines Urban Campers zu Einschränkungen in der Funktionalität. Nicht so beim KNAUS TOURER CUV. Das Reisemobil auf Basis des VW Bulli wird zum vollwertigen und funktionalen Reisemobil. Es bietet ein vollständiges Badezimmer, inklusive Dusche und Toilette. Wobei die vollwertige Dusche erst durch eine innovative Hubtechnik möglich wird, die die Größe des Badezimmers nahezu verdoppelt. Zum Schlafen wird die Dusche eingefaltet. Die Toilette bleibt weiterhin erreichbar. Eine Erweiterung der Schlafplätze für drei oder vier Personen kann durch ein optionales Einzel- oder Doppelschiebebett über der Fahrerkabine erreicht werden. Die Möglichkeiten sind nahezu grenzenlos.

...BEI ALLTAGSTAUGLICHEN DIMENSIONEN...

Der KNAUS TOURER CUV ist mit 5,88 Metern kürzer und kompakter als die meisten Camper Vans oder klassisches Reisemobil. Diese Ausmaße machen sich auch unmittelbar im Fahrkomfort bemerkbar, ergänzt durch Kompaktheit und Wendigkeit. Die Alltagstauglichkeit führt dazu, dass er gleichermaßen als Erst- oder Zweitwagen genutzt werden kann und nicht auf das Caravaning beschränkt bleibt.

Da das Gewicht innerhalb der 3,5-Tonnen-Klasse bleibt, ist das Fahrzeug zudem perfekt für Führerscheinbesitzer der Klasse B. Ein weiterer Clou: Das selbst entwickelte Hubdach für den KNAUS TOURER CUV, das fast über die gesamte Fahrzeuglänge parallel nach oben gefahren wird und damit eine durchgängige Stehhöhe von über zwei Metern ermöglicht.

...GUTAUSSEHEND UND INNERE WERTE AUCH ALS VAN

Neben dem KNAUS TOURER CUV beginnt die Produktion von weiteren Wohnmobilen auf Basis des T6.1 im Herbst dieses Jahres. Mit WEINSBERG und KNAUS werden gleich zwei Konzernmarken von Knaus Tabbert eigene Modellvarianten in markenspezifischer Ausstattung anbieten. Und wie immer bringen alle Modelle bereits ein großes Paket an Ausstattung mit. Die Modellvarianten auf Bulli-Basis sind nicht nur innovativ, sondern auch attraktiv mit inneren Werten.

WEINSBERG spricht die Kunden mit dem X-Cursion VAN an. Dem ersten Teilintegrierten auf der ultrakompakten und fahrdynamischen VW T6.1-Basis. Dieses Modell wird vom Start an auch direkt als nahezu vollständig ausgestattetes Sondermodell Edition [PEPPER] angeboten.

Von Knaus gibt es ebenfalls direkt ab Modelleinführung den TOURER VAN VANSATION und einen CUV den TOURER CUVISION auf Basis des Bulli T6.1 als Sondermodell. Beide Fahrzeuge sind vollwertige Reisemobile mit Multivan-Fahrkomfort und bieten die hochwertige Ausstattung, die Kunden von Knaus gewöhnt sind.

DER VW CRAFTER NEU IM PORTFOLIO

Während bisher der KNAUS VAN TI PLUS auf Basis des MAN TGE-Fahrgestelles angeboten wurde, ist künftig der VW Crafter das Maß aller Dinge.



MOBILITÄT NEU GEDACHT DER PEP PANTIGA SCHAFFT EIN NEUES RAUMGEFÜHL



BEWÄHRTES NICHT NUR OPTIMIEREN, SONDERN GRUNDLEGENDE VERBESSERN, DAS HABEN EXPERTEN VON TABBERT MIT DER KOMPLETT NEUEN CARAVAN-BAUREIHE PEP PANTIGA ERREICHT. DAS ERSTE MODELL WURDE AUF DER HÄNDLERTAGUNG IN BAD GRIESBACH VORGESTELLT.

Mit dem erfolgreichen Vorgänger sind die Nachfolger nur noch durch Teile des Namens verbunden – und durch die Lust, aus der Reihe zu tanzen. Neue Farbe, neue Form, neuer Innenraum – und dazu grenzenlose Vielfalt. Die perfekte Kombination aus angesagtem Design und moderner Technik mit intelligentem, auf ein aktives, junges Urlaubserlebnis abgestimmtem Interieur.

TABBERT steht mit besonderen Wohnwagen im Campingbereich für ausgezeichnete Qualität, Tradition und Innovation. Mit dem neuen PEP PANTIGA, der sich maßgeblich vom herkömmlichen PEP unterscheidet, werden diese Attribute eindrucksvoll bestätigt. Das beginnt bereits beim dezenten, leichten Beige, das die Traditionsfarbe des Unternehmens in die Gegenwart holt.

PANTIGA – der Name steht für Abenteuer und für Orte, die entdeckt werden wollen. „Pan“ („gesamt“) beschreibt ein Modell mit Führungsanspruch. Der „Tiger“ verheißt Eleganz und Stärke.

EINFACH MEHR LICHT

Was macht den PEP PANTIGA so besonders? Direkt ins Auge fällt, dass die Konstrukteure auf Oberschränke über den Sitzgruppen verzichtet haben. Mehr Kopffreiheit erlaubt also, dass auch größere Menschen einfacher Platz nehmen können. Gleichzeitig erhält der Wohnwagen an den Seiten zwei hohe Fenster, die das Fahrzeug optisch größer, heller und freundlicher machen. Der Stauraum befindet sich nun in Auszügen unter den Sitzbänken oder unter den Doppelbetten.

Tageslicht kommt auch durch die optionale Panoramadachhaube. Und wenn der Platz nicht reicht, der kann eine optionale Dachhaube für den Bug in der Konfiguration ergänzen.

Diese neue Innenraumgestaltung wird von einem innovativen Lichtkonzept komplettiert, das zum eigenen Designelement wird. Umlaufende Lichtbänder strukturieren den Raum, die Ambientebeleuchtung setzt besondere Akzente. Sechs Leuchtspots werfen das markentypische Rautenmuster an die Wand, zusätzlich gibt es kleine Leselampen.

VOLLE FREIHEIT BEI BESTER STABILITÄT

Serienmäßig ist der PEP PANTIGA mit dem neuen Chassis DYONIC aus hochfestem Stahl ausgestattet, der Name steht für beste Dynamik + innovative Bionic = DYONIC. Die innovative Konstruktion mit Aussparungen in den Trägern reduziert das Gewicht und verbessert gleichzeitig die Stabilität. Das Fahrwerk wurde gemeinsam mit der seit über 80 Jahren im Trailerbereich tätigen Firma KNOTT entwickelt.

Optional mit an Bord: das ONE NIGHT STAND-System. Was zunächst nach aufregenden Urlaubsnächten klingt, ist tatsächlich eine Akku-Dockingstation mit einem Hochleistungs-Wechselakku aus dem Hause des renommierten Werkzeugherstellers Einhell.

Der Akkupack versorgt die Elektrogeräte (12 V), also Licht, Wasserpumpe und Kompressor-Kühlschrank ungefähr eine Nacht lang mit Energie, unabhängig vom Landstromanschluss.

DREI GRUNDRISSE MIT GEMEINSAMEN STÄRKEN FÜR UNTERSCHIEDLICHE ZIELGRUPPEN

Für den Verkaufsstart im Modelljahr 2023 wird der neue PEP PANTIGA gleich in drei Grundrissvarianten angeboten: in gewohnter Spitzenqualität, gerichtet an unterschiedliche Zielgruppen. Der kompakte 390 WD ist perfekt für den Aktivurlaub mit spontanem Ortswechsel ausgelegt. Der kombinierte Wohn- und Schlafraum für zwei Personen mit Klappbett statt Festbetten bietet

umso mehr Bewegungsspielraum für den Tag. Der 550 E setzt auf Einzelbetten und punktet mit einer vollwertigen Dusche. Mit Kindern reist es sich am besten im 550 K mit einem Etagenbett, das schnell und einfach zu einer weiteren Sitzbank umfunktioniert werden kann.

CHARAKTERSTARK, EINZIGARTIG, ANDERS: TABBERT BEGRÜNDET EINE NEUE DIMENSION DER MOBILITÄT

„Hält ein Leben lang“ – mit diesem Versprechen bürgt TABBERT nicht nur für die Hochwertigkeit der verbauten Materialien und solide Handwerkskunst, sondern auch für trendorientiertes Design und die Integration modernster Technik. Im Zentrum jedes Entwicklungsschritts stehen der Kunde und seine Lebenswelt. So finden alle Caravaning-Fans bei TABBERT den für sie passenden Wohnwagen, der ihren Vorstellungen vom Reisen voll entspricht. Heute Sonne, Strand und Meer, morgen von Ort zu Ort. Mit dem neuen TABBERT PEP PANTIGA erleben Wohnwagen-Fans eine neue Art des mobilen Urlaubstraums: flexibel und leicht.



Der Innenraum des PEP PANTIGA besticht durch ein völlig neues Caravan-Design. Selbstverständlich entspricht jedes Element dem gewohnt hohen Qualitätsstandard von TABBERT.



DER PERFEKTE WINDSURF-VAN: LENNART NEUBAUER UND DER [OUTLAW]

LENNART NEUBAUER, AMTIERENDER JUGENDWELTMEISTER UND JUGENDEUROPEAMEISTER IM FREESTYLE WINDSURFING, KENNT NICHT NUR DIE SCHÖNSTEN STRÄNDE UND BESTEN WELLEN DER WELT, SONDERN AUCH EINEN ZIEMLICH ANSTRENGENDEN TRAININGSALLTAG.

Immer dem Wind hinterher ist dabei das Motto – und das mit sperrigem Equipment. Kein Wunder, dass Lennart lange nach einem passenden Fahrzeug für seine Touren suchte und es im WEINSBERG Camper Van CaraTour [OUTLAW] endlich gefunden hat. Lennart Neubauer, gerade 18 Jahre alt, begann als 10-Jähriger mit der Sportart und verlegte dazu sogar seinen Lebensmittelpunkt von Deutschland nach Griechenland. Sein Homespot ist Naxos, eine Kykladeninsel, die bekannt ist für ihre Winde und Surfmöglichkeiten. Dort lebt und trainiert Lennart – und

bereitet sich derzeit auf sein Abitur im kommenden Jahr vor. Unterricht und mehrstündiges Training pro Tag bestimmen den Alltag. Aufstehen um 6 Uhr, lernen und anschließend ab zum Surfsport.

Im Trainingsalltag begleitet ihn sein WEINSBERG Camper Van. Ein klassisches Fahrzeug für professionelle Windsurfer, da sie immer ihr komplettes Material transportieren müssen. Außerdem führt der Sport dazu, dass sie ständig auf Achse sind und dem Wind hinterherfahren.

Für Lennart war die Suche nach einem perfekten Wohnmobil mit einem klaren Profil verbunden: „Es sollte nicht zu lang sein, trotzdem eine megagroße Heckgarage haben, unbedingt ein Badezimmer mit Dusche, heißes Wasser sowie eine Dieselheizung, damit ich möglichst unabhängig von Gas bin.“ Der [OUTLAW] bringt dieses Angebot unmittelbar ab Werk mit.

UMFANGREICHE UMBAUTEN? UNNÖTIG!

„Es war Liebe auf den ersten Blick“, so Lennart. „Endlich hatte ich einen Van gefunden, der schon ab Werk meine Anforderungen erfüllte – und das auch noch mit der größten Heckgarage seiner Klasse!“

WEINSBERG stellte dem Sportler für einen Wettkampf in Österreich ein Testfahrzeug zur Verfügung. Und dort war nicht nur Lennart begeistert, sondern auch die anderen Surfer und Kollegen. Ein perfektes Fahrzeug für jeden Windsurfer. Die Bordgarage ist über zwei Meter tief und bietet damit genug Platz, um die Boards ohne Umwege oder Umbauten zu transportieren.

Außerdem gibt es ein Bett, ein Bad, eine Küche – einfach alles, was das Leben auf Achse erfordert. Lennart hat das Fahrzeug für seine Zwecke noch um eine Solaranlage erweitert und eine zweite Bordbatterie installiert. Damit ist der Sportler komplett autark und kann ohne Einschränkungen dem Wind folgen.



Amtierender Jugendwelt- und Europameister im Freestyle Windsurfing Lennart Neubauer in Action.



**LENNART
NEUBAUER, 18**

Lennart ist auf Instagram und YouTube ziemlich aktiv. Er postet Einblicke aus dem Trainingsalltag, seine Touren im [OUTLAW] und natürlich alles rund um die Wettbewerbe. Vor Kurzem hat er auf YouTube eine ausführliche Roomtour durch den [OUTLAW] veröffentlicht.

„ES IST EINFACH GROSSARTIG, VIEL STAURAUUM ZU HABEN UND AUCH EINE SCHLAF-GELEGENHEIT, DAMIT MAN AUCH MAL WEITER WEGFAHREN UND DIREKT WIEDER TRAINIEREN KANN.“

LENNART NEUBAUER



Seit einigen Jahren fährt Lennart bei fast allen Tour-Stopps der EFPT (European Freestyle Pro Tour) und der PWA (Professional Windsurfing Association) mit. Seine größten Erfolge waren der jährliche Europameistertitel im Freestyle in den jeweiligen Alterskategorien. Sowie 2018 drei Weltmeistertitel, einer im Freestyle, einer im Wave und einer im Slalom.

Für dieses Jahr sind die Pläne auch schon sehr konkret. Die Europatour bringt ihn zum Beispiel nach Sylt, Italien, auf die Kanaren, nach Griechenland oder auf Zypern. In der Welttour geht es etwa nach Venezuela oder Brasilien. Und oft ist auch sein [OUTLAW] dann vor Ort am Wasser.



Der [OUTLAW] bietet mit einer Garagentiefe von über 2 Meter genug Platz für die Boards und das ganze Equipment.



Stephan Petschow, Leiter Marketing

NEUES GESICHT IM MARKETING

NEUER MARKETING-LEITER MIT ÜBER 25 JAHREN ERFAHRUNG

Stephan Petschow ist neuer Leiter Marketing der Knaus Tabbert AG. Der bisherige Interims-Marketingleiter, Maximilian Recke, bleibt in seiner Funktion als stellvertretender Marketingchef im Unternehmen und wird Stephan Petschow in bewährter Art unterstützen. Stephan Petschow blickt auf über 25 Jahre Erfahrung in der Kommunikationsbranche zurück. Vor seinem Wechsel zu Knaus Tabbert war er als Geschäftsführer und Client Service Director bei namhaften Kommunikationsagenturen – wie Scholz & Friends, Jung von Matt und Serviceplan – tätig. Dabei bildeten die Mobilitätsbranche und die Arbeit für Marken stets einen wesentlichen Bestandteil seiner Aufgaben.

GESICHERTE INVESTITIONEN

SCHULDSCHEINDARLEHEN ERFOLGREICH PLATZIERT

Im Juni konnte der Knaus Tabbert Konzern erstmals ein Schuldscheindarlehen über 100 Millionen Euro erfolgreich bei Investoren platzieren. Die Mittel sollen zur teilweisen Finanzierung der geplanten Kapazitätserweiterungen und den weiteren Ausbau der Marktposition als ein führender Hersteller von Freizeitfahrzeugen in Europa genutzt werden. Das platzierte Volumen verteilt sich auf Laufzeiten von drei, fünf, sieben und zehn Jahren. Die Nachfrage war fast zweifach überzeichnet und unterstreicht das Vertrauen der Investoren in das Geschäftsmodell und die langfristige Entwicklung von Knaus Tabbert.

JUNGUNTER-NEHMER-TREFF

NACHWUCHS FÖRDERN UND UNTERSTÜTZEN

Die Führungskräfte von morgen zu unterstützen, zu vernetzen und einen Wissensaustausch zu ermöglichen: Dieses Ziel hat sich Knaus Tabbert mit dem im Jahr 2019 gegründeten Jungunternehmer-Club für die Caravaning-Branche gesetzt.



Die derzeit 25 aktiven Mitglieder aus ganz Deutschland treffen sich zweimal im Jahr, bei Händlern, Partnern oder an einem der Standorte der Knaus Tabbert Gruppe. Jedes Treffen steht unter einem bestimmten Motto, wie beispielsweise Mitarbeiterführung, Digitalisierung, Recht, Online-Marketing oder Bilanzanalyse. Die Diskussion und der Austausch sollen den Teilnehmern zusätzliche Einblicke in relevante Themen und nützliches Wissen verschaffen.

„Als Hersteller halte ich es für unsere Pflicht, den Nachwuchs aktiv zu unterstützen, durch Best Practice. Wissensaustausch und Networking.“, so Philipp Kasparak.

**„DIE JUNG-
UNTERNEHMER
WERDEN WICHTIGE
POSITIONEN IN
IHREN BETRIEBEN
ÜBERNEHMEN.“**

**PHILIPP KASPARAK,
HÄNDLERNETZENTWICKLUNG**

KNAUS TABBERT UNTERSTÜTZT SIEGER

LUCAS AUER SIEGT IM KNAUS RAPTOR

Motoren heulen, Reifen quietschen, Spannung und Leidenschaft begeisterter Fans sind zu spüren. Die DTM (früher „Deutsche Tourenwagen-Meisterschaft“) blickt auf eine lange Geschichte zurück. Nachdem der Wettbewerb ursprünglich nur in Deutschland ausgetragen wurde, finden die Rennen nun im europäischen Umfeld zwischen Portugal, Italien, Österreich und Deutschland statt. Das Starterfeld setzt sich aus 30 Top-Fahrern aus 15 Nationen zusammen, die in der Saison 2022 mit sechs Marken ihre Runden drehen. Und das macht den Reiz der Serie aus: Die Rennen werden mit alltagsnahen Serienfahrzeugen bzw. Prototypen gefahren.

Knaus Tabbert ist schon lange Teil der DTM. Nicht nur bei den Rennteams entlang der Boxengasse oder auf den Parkplätzen von Zuschauern und Fans finden sich viele Wohnmobile der Gruppe. Seit drei Jahren ist Knaus Tabbert auch offizieller Sponsor der DTM. Der erfolgreichen Premiere beim 24-Stunden-Rennen auf dem Nürburgring folgte ein Jahr später die Teilnahme an der renommierten Rennserie ADAC GT Masters. Heute fördert Knaus das Team WINWARD mit dem blauen KNAUS RAPTOR, einem Mercedes AMG GT 3.

Gleich im ersten Rennen der Saison im portugiesischen Portimão fuhr Lucas Auer mit seinem Team auf den ersten Platz. Nach einem packenden Rennen mit ambitionierten Zweikämpfen hatte der 27-jährige Fahrer aus Kufstein, der neu im Cockpit des blauen KNAUS RAPTOR ist, auf dem Autódromo Internacional do Algarve den längeren Atem.

Beeindruckend ist dieser Triumph auch, weil die Leistungsdichte der DTM in dieser Saison nochmals deutlich gestiegen ist. Die Rundenzeiten zwischen den Schnellsten und den Langsamsten lagen in Portimão keine Sekunde auseinander. Zudem gibt es bei den Pflichtboxenstopps der DTM keine Mindestzeit, was das Element der Teamleistung zusätzlich betont.

„Motorsport ist immer ein Zusammenspiel aller Kräfte und damit Teamsport par excellence“, betont WINWARD-Teamchef Christian Hohenadel – eine Philosophie, die maximale Leistung, Lust auf Erfolge und Innovation verbindet. Als Partner trägt Knaus Tabbert diese Strategie aktiv mit und gratuliert dem Auftaktsieger der DTM zu seiner souveränen Leistung. Doch die Saison wird Lucas Auer und seinem schnellen KNAUS RAPTOR noch viele Chancen bieten. Es folgen drei weitere, spannende Wochenenden mit je zwei Wertungsläufen in Deutschland, Österreich und Belgien.



Datum	Austragungsort
09. – 11.09.	Spa-Francorchamps (BEL)
23. – 25.09.	Red Bull Ring Powered by Remus (AUT)
07. – 09.10.	Hockenheimring (GER)

MORELO RUFT UND ALLE KOMMEN

„WILLKOMMEN DAHEIM“ – UNTER DEM UNTERNEHMENSLOGAN VON MORELO STANDEN VOM 26. BIS 29. MAI 2022 AUCH DIE „MORELO OPEN 2022“. NACH DREI JAHREN PAUSE TRAF SICH DIE MORELO-FAMILIE ERSTMALS WIEDER AM STAMMSITZ DES HERSTELLERS VON LUXUSWOHNMOBILEN IN SCHLÜSSELFELD. „WILLKOMMEN DAHEIM“ BEDEUTET, IM EIGENEN MORELO AUF DER GANZEN WELT IMMER UND ÜBERALL DAHEIM ZU SEIN, WIE GESCHÄFTSFÜHRER ROBERT CRISPENS DIE BEDEUTUNG DES MOTTOS ERLÄUTERTE.

Rund 800 Reisemobile kamen über das verlängerte Wochenende um Christi Himmelfahrt zum Werksgelände im unterfränkischen Schlüsselfeld, wo sie fast 60.000 Quadratmeter Fläche rund um die MORELO-Hallen belegten.

Neben den zahlreichen Fahrerinnen und Fahrern der MORELO-Modelle waren auch Fremdfabrikate vertreten, die von der Familie ebenso herzlich aufgenommen wurden. Alle Fahrzeuge wurden individuell in Empfang genommen und anschließend von Elektro-Golfcarts zu ihren Stellplätzen geleitet. Selbst aus Norwegen war ein aus

30 MORELO-Fahrzeugen bestehender Konvoi zu Gast.

Die MORELO OPEN fanden zum 9. Mal statt. Der europäische Marktführer für Luxusreisemobile bot seinen Gästen in diesem Jahr ein umfassendes Programm aus Werksführungen, Kutschfahrten durch Schlüsselfeld und Umgebung, Wanderungen, E-Bike-Touren unterschiedlicher Schwierigkeitsgrade, Brauereiführungen und Probefahrten sowie speziellen Beschäftigungsmöglichkeiten für die Kinder. Eine spektakuläre Eröffnungsfeier und ein Trachtenabend mit Feuerwerk zählten zu den Höhepunkten.

Vor den Werkshallen war die Zubehöriindustrie mit zahlreichen Infoständen vertreten, die spezielle Sitzkissen, Heizungen, Solarpaneele, Navigationssysteme und mehr präsentierten. Besonders attraktives Highlight der Veranstaltung war der MORELO

GRAND EMPIRE samt Maserati. Die Besucher verfolgten beeindruckt, wie eine Seilwinde den wertvollen Flitzer auf einer geführten Platte sanft in die Heckgarage des zwölf Meter langen 18-Tonnens zog.

Einen Eindruck von der Größe der MORELO OPEN geben diese Zahlen: 30.000 Brötchen lieferte ein Bäcker zum Frühstücksservice, 2.000 Sitzplätze stellte MORELO in der zur Festhalle umgewidmeten neuen Produktionshalle bereit, 400 im MORELO-Biergarten davor. Auf den mit 2.000 Gästen bisher größten MORELO OPEN nutzen auch viele Besucher aus der Region die Chance, einen Blick auf das Unternehmen und die Produkte zu werfen.

Bereits jetzt ist klar: Auch im nächsten Jahr wird es die MORELO OPEN erneut geben. Vom 18. bis 21. Mai 2023 sind dann alle MORELO-Fans und die Fahrerinnen und Fahrer aller Marken wieder herzlich eingeladen.

„DREI LANGE JAHRE HABEN WIR AUF GENAU DIESEN AUGENBLICK GEWARTET – WIR HABEN IHN VERMISST – WIR HABEN EUCH VERMISST! ENDLICH DARF ICH EUCH DIE BEIDEN WICHTIGSTEN WORTE UNSERER MARKE MORELO ZURUFEN:

„WILLKOMMEN DAHEIM!“,

BEGRÜSSTE GESCHÄFTSFÜHRER REINHARD LÖHNER DIE ANNÄHERND 2.000 GÄSTE NACH DER LANGEN CORONA-PAUSE.



Auf rund 250 Millionen Euro schätzt Reinhard Löhner den Wert der Reisemobile der Gäste, die auf dem 130.000 m² großen Werksgelände geparkt waren.

18 FÜR 23

EIN FEUERWERK AN NEUHEITEN FÜR DIE NÄCHSTE SAISON

EINER DER WICHTIGSTEN TERMINE FÜR DIE HÄNDLER VON KNAUS TABBERT IST DIE JÄHRLICHE PRÄSENTATION DER PRODUKTNEUHEITEN FÜR DIE KOMMENDE SAISON. 2022 FAND SIE WIEDER IM NIEDERBAYERISCHEN BAD GRIESBACH STATT.

Nach der pandemiebedingten Zwangspause trafen sich Händler aus Deutschland, Europa und der Welt im Juni vor Ort zum Austausch, Fachsimpeln und voller Vorfreude auf die Neuigkeiten für die Saison 2023. Und niemand wurde enttäuscht: 18 neue Modelle für Wohnmobile und Wohnwagen sowie die ersten Fahrzeuge aus der Zusammenarbeit mit nunmehr fünf Chassis-Lieferanten wurden von Knaus Tabbert präsentiert.

Dunkelheit. Laute, pulsierende Musik. Geschwenkte Leuchtstäbe zaubern das Logo von Knaus Tabbert in die Luft. „Together again“ blitzt plötzlich an vielen Stellen in der Halle auf. So spektakulär beginnt der erste Abend

der Händlerfachtagung von Knaus Tabbert. Anschließend gibt die Band den Ton für eine lange Nacht an. Mehr als 1.000 Gäste aus über 30 europäischen Ländern kamen nach Bad Griesbach, um unter dem Motto „The Mission – Together Again“ einen exklusiven Ausblick auf die neuen Produkte von KNAUS, TABBERT, WEINSBERG, T@B und Rent&Travel zu erhalten. Während in der Innenstadt von Bad Griesbach das Stadtfest mit Musik und Imbissständen gefeiert wurde, liefen die Teilnehmer vom Hotel zum Veranstaltungsort, dessen Eingang von zahlreichen Ausstellungsfahrzeugen aller Marken gesäumt wurde.

Das Programm der Händlertagung setzte sich aus Abendveranstaltungen mit Präsentationen und Unterhaltung sowie über den Tag verteilten Fachvorträgen von Knaus Tabbert-Spezialisten zusammen. Dabei wurden den begeisterten Teilnehmern zahlreiche Neuigkeiten präsentiert. Unter anderem 16 weitere Wohnmobilmodelle auf Basis der neuen Fahrgestelle von Mercedes, Ford, MAN und

Volkswagen, aber auch zwei Wohnwageninnovationen. Sambamusik, Tänzer zwischen den Tischen, Musiker laufen durch die Menge und von links fährt im Scheinwerferlicht der neue Wohnwagen Tabbert PEP PANTIGA in die Halle. Der Slogan „Connected to Life“ bringt die Eigenschaften der Neuvorstellung auf den Punkt.

Durch den Eröffnungsabend führte der Vorstand von Knaus Tabbert. Neben Reden wurden Video-Interviews von Mitarbeitern, dreidimensionale, computergenerierte Modelle und natürlich richtige Fahrzeuge gezeigt, die vor der einfahrbaren Bühne Platz fanden. Musikalische Einlagen, die Auszeichnung langjähriger Vertriebspartner und als Höhepunkt die Verabschiedung von zwei Mitarbeitern, die über 80 Jahre Knaus Tabbert-Erfahrung an entscheidenden Stellen des Fertigungsprozesses mitbringen. Eine bunte Mischung aus Emotionen, Spektakel und Infotainment, die für rundum zufriedene Gesichter sorgte.

Schnitt und Szenenwechsel. Ein Film beginnt. Vier Experten von Knaus Tabbert im Gespräch über einen Technologiesprung. Eine Innovation, die endlich für große Produktionsvolumen eingesetzt werden kann und die Innovationskraft von Knaus Tabbert untermauert: die Fibre Frame-Technologie, an deren Serienreife für den Campingmarkt Knaus Tabbert schon seit mehreren Jahren arbeitet. Die Komplexität des Themas ist riesig und war lange Zeit nicht beherrschbar, doch nun ist sie reif für den Markt. Vier Experten, viermal Leidenschaft, viermal Erfahrungen aus unterschiedlicher Expertise: Ein sensationeller Erfolg!



„UNSERE BRANCHE ERLEBT EINEN UNGEBROCHENEN BOOM. WIR HABEN DAHER UMFASSENDE MASSNAHMEN UND SETZEN DAS GRÖSSTE INVESTITIONSPROGRAMM DER UNTERNEHMENS-GESCHICHTE UM, DAMIT WIR DIESE NACHFRAGE ZUVERLÄSSIG BEDIENEN KÖNNEN.“

Wolfgang Speck,
CEO von Knaus Tabbert

Unter den vorgestellten Neuheiten macht auch der Wohnwagen Knaus Azur auf sich aufmerksam. Das erste Serienfahrzeug, das in der Fibre Frame-Technologie entwickelt und produziert wurde. Bei den Wohnmobilen begeisterte das erste Modell auf Bulli-Basis von WEINSBERG und KNAUS.

Auch die Konzeptstudie für einen Teilintegrierten auf Basis des VW T6.1 von Volkswagen erzielt Aufmerksamkeit. Sie markiert zugleich den Anfang einer neuen Fahrzeugkategorie: das Caravaning Urban Vehicle, kurz CUV. Das erste Fahrzeug dazu soll auf dem CARAVAN SALON in Düsseldorf präsentiert werden. Diese neue Vielfalt bei den Wohnmobilen ist



„MIT INSGESAMT 18 PRODUKTNEUHEITEN UND DER EINFÜHRUNG EINES IN DER BRANCHE REVOLUTIONÄREN PRODUKTIONSVERFAHRENS HABEN WIR UNSEREN PARTNERN EIN FEUERWERK AN INNOVATIONEN UND ATTRAKTIVITÄT PRÄSENTIERT.“

Gerd Adamietzki,
CSO von Knaus Tabbert

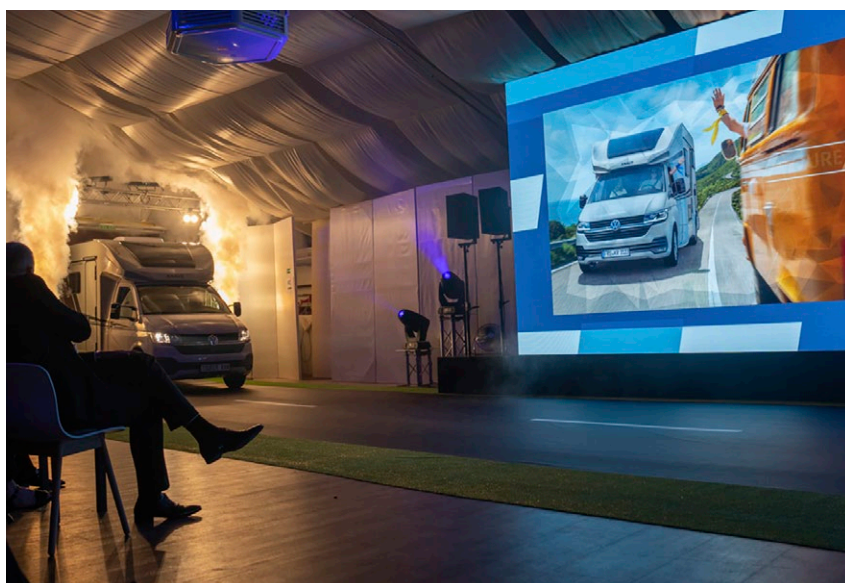
auch ein Resultat der zusätzlichen Chassis-Lieferanten in der Zusammenarbeit mit Knaus Tabbert. Trotz aller Herausforderungen durch Pandemie und Lieferkettenprobleme hat der Konzern unbeirrt weiter an den Innovationen für die nächste Saison geforscht, entwickelt und gearbeitet.

LIEFERKETTENPROBLEME UND LÖSUNGSKONZEPTE

Auch kritische Aspekte wurden in den Vorträgen transparent und klar verständlich thematisiert. Verzögerte Auslieferungen durch Lieferkettenprobleme sind eine Belastung für Endkunden, Händler und Knaus Tabbert selbst. Ursache sind aber nicht fehlende Kapazitäten im Unternehmen, sondern vielmehr der Mangel an verfügbaren Fahrgestellen und anderen wesentlichen Bauteilen entlang der Lieferketten.

Um den Engpass im Chassis-Bereich zu überwinden, hat Knaus Tabbert seine bisherige Exklusivstrategie mit Stellantis geändert und die Zahl der Chassis-Zulieferer auf fünf aufgestockt. Neben FIAT werden künftig auch Mercedes, MAN, Ford und Volkswagen Nutzfahrzeuge als wesentliche Lieferanten zur Verfügung stehen. Damit verbunden sind sowohl eine größere Modellvielfalt für die Kunden als auch erheblich mehr Fahrgestelle für die Produktion. Unterstützt durch eine flexible Produktionsplanung, soll das wieder zu einer Verkürzung der Lieferzeiten führen. Darüber hinaus hat Knaus Tabbert bereits frühzeitig mit der Rekrutierung qualifizierter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter begonnen. Alles mit Blick auf die geplante, deutliche Steigerung der Produktionszahlen.

Außerdem wird der Bestellprozess verändert. Künftig können nur noch Fahrzeuge bestellt werden, bei denen eine Auslieferung auch sichergestellt ist. »





Mehr als 1.000 Vertriebspartner von Knaus Tabbert folgten dem Ruf des Unternehmens zur traditionellen Händlertagung in Bad Griesbach.

Neben zahlreichen Neuheiten genossen die Gäste den persönlichen Austausch und ein inspirierendes Programm.



„DIE FIBREFRAME-TECHNOLOGIE WIRD ERSTMALS IN EINEM SERIENMODELL UMGESETZT. KNAUS TABBERT SETZT DAMIT ERNEUT EINEN STANDARD IN DER BRANCHE.“

Werner Vaterl, COO



Wolfgang Speck, Mark Hundsdorf, Gerd Adamietzki, Werner Vaterl (v.l.n.r.)

Fokussiert, sachlich, punktgenau, und dennoch voller Begeisterung und Information. So stellen sich die Vorträge am zweiten und vierten Veranstaltungstag dar. Fakten zu den Neuvorstellungen. Veränderungen von Prozessen. Die neuen Zulieferer von Fahrgestellen. Die Maßnahmen von Knaus Tabbert zur Verkürzung der Lieferzeiten. Eine Runduminformation für die Händler, bevor es die Möglichkeit für weitere Besichtigungen oder den Austausch mit dem jeweiligen Ansprechpartner gibt.

NEUHEITEN AM LAUFENDEN BAND

Alle Premiummarken von Knaus Tabbert präsentierten auf der Händlerfachtagung ihre Neuheiten. KNAUS zeigt mit dem TOURER VAN auf VW T6.1-Basis und dem VAN TI PLUS auf Basis des VW Crafter gleich zwei neue Modelle aus der Zusammenarbeit mit Volkswagen. Der Wohnwagen KNAUS AZUR ist eine Innovation bei Konstruktion und Fertigungsverfahren. Mit dem TOURER CUV und dem TOURER CUVISION begründet KNAUS eine neue Fahrzeugkategorie im Konzern.

- Von WEINSBERG kommt mit dem X-Cursion Van ebenfalls ein Modell auf VW T6.1-Basis.

- Im wahrsten Sinne des Wortes „Ford-geschrieben“ werden die Erfolgsgeschichten CaraBus und CaraTour: Jetzt aber mit dem Fahrgestell eines Ford Transit.
- Die Spezialisten von Tabbert stellten den PEP PANTIGA als neue Dimension der Mobilität vor.
- Und T@B überarbeitet den modernen Retro-Klassiker für das Modelljahr 2023.

Weitere Neuigkeit: Seit 2020 ist Knaus Tabbert börsennotiert und damit profitieren Konzern, Händler und Geschäftspartner von der höheren Aufmerksamkeit und den erweiterten Finanzierungsmöglichkeiten. Erstmals gab es daher einen Exkurs zur Kapitalmarktkommunikation.

POSITIVE STIMMUNG IN DER BRANCHE

Die Gesichter der Gäste zeigten es: Die Stimmung in der Branche und bei den Kunden ist unverändert hervorragend. Die Nachfrage nach Mobilität und individuellem Urlaub ist und bleibt groß. Die Verzögerungen bei den Auslieferungen sind ärgerlich für alle.

„MIT UNSEREN WACHSTUMSPLÄNEN UND DER INVESTITIONS-OFFENSIVE BRINGEN WIR DEN KONZERN IN EINE NEUE LIGA. DAVON PROFITIEREN AUCH UNSERE KUNDEN UND PARTNER.“

Mark Hundsdorf, CFO

Aber da es sich um ein gesamtwirtschaftliches Problem handelt, ist es auch nachvollziehbar für die Händler. Diese freuten sich, dass sie nach zwei Jahren Auszeit wieder direkten Zugang zum Unternehmen und zu dessen Neuheiten hatten. Für die Endkunden und Freunde von Wohnwagen und Wohnmobilen wird das noch etwas länger dauern. Auf der internationalen Leitmesse, dem CARAVAN SALON in Düsseldorf, der vom 26. August bis zum 4. September stattfindet, werden die Neuheiten für alle Campingfans zu sehen sein.

Mit einer italienischen Nacht im Garten, Musik, Pasta e Vino und guten Gesprächen klang die Veranstaltung aus.



VANSATION



BESTENS VORBEREITET FÜR 2023



VANWAVE



BOXDRIVE

CaraCompact MB



CaraCompact^{Suite} MB



Mercedes-Benz



CaraBus



CaraTour



VAN T! PLUS



X-CURSION VAN

TOURER CUV



TOURER VAN

»» 4 MORE
COMING



GUTER START FÜR NOCH MEHR WISSEN

KNAUS TABBERT WÄCHST. DIE AUFTRAGSBÜCHER SIND VOLL, DER UMSATZ STEIGT UND DAMIT AUCH DIE ZAHL DER MITARBEITER UND MITARBEITERINNEN.

„Seit 2015 haben wir jährlich mehrere hundert Mitarbeiter eingestellt“, erzählt Nathalie Monteleone, Personalreferentin bei Knaus Tabbert. „Für uns war deshalb klar, dass wir den Neueinsteigern im Unternehmen einen einheitlichen Start bieten wollen. Damit sie sich von Anfang an gut zurechtfinden und schnell in ihre Abteilungen integrieren.“ Kurzerhand wurde auf Vorstandsebene entschieden, den Mitarbeitern ein professionelles Onboarding zu bieten. Dieses wurde durch die Personalabteilung organisiert und von weiteren Abteilungen sowie dem Betriebsrat unterstützt. Damit war das Onboarding an den Standorten Jandelsbrunn und Mottgers geboren.

Zwei Mal im Monat starten neue Kolleginnen und Kollegen in den verschiedenen Werken von Knaus Tabbert und werden an ihrem ersten Arbeitstag alle morgens persönlich durch den Werksleiter im Unternehmen willkommen geheißen.

In Jandelsbrunn, Hauptsitz und größter Produktionsstandort des Unternehmens, geht es für die bis zu 25 Mitarbeiter anschließend zum gemeinsamen Kennenlernen bei Brezn und Kaffee in die Räume der Knaus Tabbert Akademie.

„Wir erklären alles, was zu Beginn wichtig ist“, erzählt Monteleone.

Was macht Knaus Tabbert aus? Wie beantrage ich Urlaub? Welche Gesundheitsleistungen gibt es? Worauf muss ich auf dem Werksgelände achten? Diese und viele weitere Fragen werden am Vormittag beantwortet, begleitet von einer Werksführung, einer Sicherheitsunterweisung sowie einer Schulung des Qualitätsmanagements. Mittags werden „die Neuen“ dann an ihre Abteilungsleiter übergeben.

„Mit dem Lernen ist dann aber noch lange nicht Schluss“, sagt Jürgen Spannbauer. Er begleitet die Mitarbeiter nach dem Onboarding

am Vormittag und unterstützt bei der Einarbeitung für den zukünftigen Arbeitsplatz. Dafür stehen in der Akademie eigene Lehrwerkstätten zur Verfügung. An Bodenplatte, Seitenwand oder Kleiderschrank können die neuen Handgriffe genau erklärt und geübt werden.

„Wir sind ein Spezialist. Das bedeutet: Für jeden, der bei uns anfängt, ist das alles neu. Umso wichtiger ist es, alles in Ruhe zu zeigen“. Als erfahrener Praktiker kümmert Spannbauer sich heute nicht nur um die Schulungen der neuen Mitarbeiter, er verantwortet als Leiter der Knaus Tabbert Akademie das gesamte Weiterbildungsprogramm am Standort.

„WIR WOLLEN IMMER BESSER WERDEN.“

JÜRGEN SPANNBAUER,
LEITER DER KNAUS TABBERT AKADEMIE

DREI FRAGEN AN ...

JÜRGEN SPANNBAUER

HERR SPANNBAUER, HÄTTEN SIE SICH ZUM START IHRER KARRIERE BEI KNAUS TABBERT EINE AKADEMIE GEWÜNSCHT?

„Aber sicher! Ich habe ja selbst vor mehr als 20 Jahren in der Produktion am Band angefangenen. Ich war also auch mal der Neue – neugierig, aufgeregt und auch ein bisschen fremd. Und ich weiß auch: Als Vorarbeiter oder als Gruppenleiter hat man nicht immer sofort Zeit, um alle Nachfragen ausführlich zu beantworten. Deshalb ist die Akademie ein toller Ort, an dem alle Kollegen – ob ungelernter Neuling oder alter Hase – abseits der täglichen Abläufe lernen können.“

WER WIRD DENN BEI IHNEN AN DER AKADEMIE GESCHULT?

So gut wie jeder Mitarbeitende besucht mindestens einmal im Jahr die Akademie. Das liegt an unserem vielfältigen Programm. Ungelernten Mitarbeitern aus der Produktion wird hier beispielsweise erklärt wie ein Akkuschauber funktioniert oder wie der Taktplan gelesen wird. Kollegen aus der Administration bekommen Microsoft Office-Fortbildungen, Führungskräfte durchlaufen Teamleader-Schulungen – bei Bedarf natürlich auch online.

Dazu kommen die Datenschutz- und Ersthelfer-Schulungen, Trainings zur Fahrsicherheit oder für die Qualitätssicherung. Und demnächst bieten wir auch Deutschkurse an für all unsere Kollegen, die aus anderen Ländern zu uns zum Arbeiten kommen.

WIE VERÄNDERT SICH DAS PROGRAMM DER AKADEMIE?

Wir bei Knaus Tabbert wollen immer besser werden. Ich stehe deshalb im engen Austausch mit den Band- und Werksleitern sowie der Qualitätssicherung und nehme ihre Vorschläge auf. Gibt es beispielsweise wiederholt Probleme mit einer bestimmten Station, dann holen wir kurzerhand die Mitarbeiter zu uns, um ihnen in Ruhe zu zeigen, wie es besser gehen kann.

Auch neue Fahrzeugmodelle oder Digitalkomponenten bringen neue Anforderungen mit sich. Hier in der Akademie schulen wir die Kollegen dazu. Wir prüfen also beständig, wie wir die Kollegen bestmöglich unterstützen können. Und ändern entsprechend das Programm.



„WIR SIND EIN SPEZIALIST. DAS BEDEUTET: FÜR JEDEN, DER BEI UNS ANFÄNGT, IST DAS ALLES NEU. UMSO WICHTIGER IST ES, ALLES IN RUHE ZU ZEIGEN.“

ENGAGIERTER ARBEITGEBER

FIT MIT FAHRRAD UND CO

KNAUS TABBERT BIETET SEINEN MITARBEITENDEN NEBEN TARIFLICHER BEZAHLUNG JEDE MENGE WEITERER VORTEILE.

Für die Standorte Jandelsbrunn und Mottgers sind diese Vorteile im Online-Portal der sogenannten Benefit-Welt übersichtlich zusammengestellt. Hier finden Mitarbeiter viele Informationen zum Unternehmen und zahlreiche Kooperationspartner mit lukrativen Vergünstigungen – von Sonderkonditionen bei Versicherungen über Altersvorsorgepakete, Gesundheitsleistungen bis hin zu Einkaufsvorteilen – exklusiv für die Beschäftigten von Knaus Tabbert.

Ganz neu dabei ist jetzt eine Kooperation mit BusinessBike. Über diesen Partner können Mitarbeitende Fahrräder leasen – vom Stadtradt bis hin zum E-Mountainbike. Der Clou dabei: Die Leasing-Gebühren sind nicht nur vom Unternehmen subventioniert, sondern werden auch über die monatliche Lohnabrechnung direkt beglichen. Das Angebot ist ein voller Erfolg: Bisher sind mehr als 350 Fahrräder geleast worden. Knaus Tabbert sorgt so nicht nur für mehr klimafreundliche Mobilität, sondern unterstützt gleichzeitig die Fitness der Mitarbeiter.

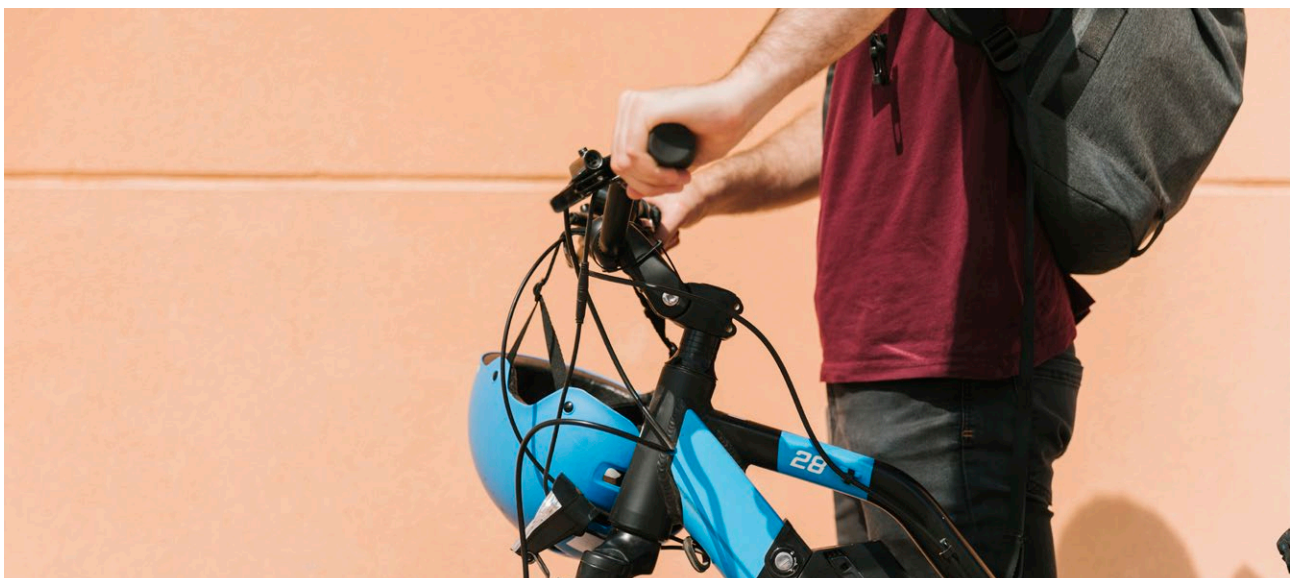
Das hohe Gesundheitsbewusstsein zeigt sich auch am Andrang auf weitere Angebote. Für Gesundheitschecks wie Wirbelsäulenvermessung oder Hautscreening gibt es zum Teil Wartelisten. Kein Wunder: Schließlich sind die Termine direkt am Standort oft schneller und unkomplizierter zu haben als über niedergelassene Fachärzte. Und die Kooperation mit großen Krankenkassen, die für die Durchführung der ärztlichen Checks sorgen, sichert die hohe Qualität der Untersuchung.

WERT- SCHÄTZEND

Steigende Preise bei Lebensmitteln, Mieten und auch an den Zapfsäulen bekommen auch die Mitarbeitenden von Knaus Tabbert zu spüren.

Um die Belastungen ein wenig abzufedern, haben Betriebsrat und Vorstand beschlossen allen tariflichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Mottgers und Jandelsbrunn einen Tankgutschein in Höhe von 50 Euro zukommen lassen.

Über die schnelle und unkomplizierte Hilfe und das damit verbundene Zeichen der Wertschätzung konnten sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Juni freuen.





MITARBEITER ALS MARKEN- BOTSCHAFTER

**MIT DEM WOHNWAGEN
ÜBERS WOCHENENDE ZUM
NÄCHSTEN BADESEE? ODER
MIT DEM REISEMOBIL MIT DER
GESAMTEN FAMILIE BIS AN DIE
CÔTE D'AZUR?**

Mitarbeiter können das zu besonders günstigen Konditionen testen. Ein attraktives Angebot, von dem viele gerne Gebrauch machen. Wer eines der rund 30 Fahrzeuge in den Sommermonaten ergattern möchte, muss sich bereits ein Jahr im Voraus dafür anmelden.

Und nicht nur die Mitarbeiter profitieren. Für Knaus Tabbert gibt es kaum bessere Markenbotschafter

– und kaum härtere Produkttester. Es fehlt eine zusätzliche Steckdose? Der Schrank lässt sich anders verbauen? Vor allem die Mitarbeiter aus der Produktion haben einen ganz besonderen Blick für „ihr“ Fahrzeug, wenn sie damit unterwegs sind.

Das Qualitätsmanagement freut sich nach den Reisemonaten über viele Verbesserungsvorschläge.

KEIN SOMMER OHNE GRILL-LOK

Wie immer gab es auch in diesem Jahr ein besonderes kulinarisches Angebot kurz vor der betrieblichen Sommerpause. Als kleines Dankeschön für den unermüdlichen Einsatz lud Knaus Tabbert die Mitarbeitenden am Standort Jandelsbrunn zu leckeren

Grillspezialitäten ein. Die Grill-Lokomotive wurde vor die Kantine gerollt, wo für das zünftige Mittagessen Sitzbänke und Tische bereitstanden. Und auch am Standort Mottgers wurde am letzten Tag vor dem Betriebsurlaub ein Sommerfest mit Grillen veranstaltet.

AUF DEM WEG ZUM NACHHALTIGEN CARAVANING

KNAUS TABBERT STEHT FÜR INNOVATION UND FORTSCHRITT: MIT AUSWAHL UND EINSATZ VON NEUEN MATERIALIEN, INNOVATIVEN VERFAHREN IN DER FERTIGUNG UND NEUEN TECHNOLOGIEN IN DEN WOHNWAGEN UND WOHNMOBILEN DER GRUPPE. EIN ZENTRALES THEMA IN DER FORSCHUNG UND ENTWICKLUNGSARBEIT DES KONZERNS IST DIE E-MOBILITÄT IN IHREN DIVERSEN AUSPRÄGUNGEN.

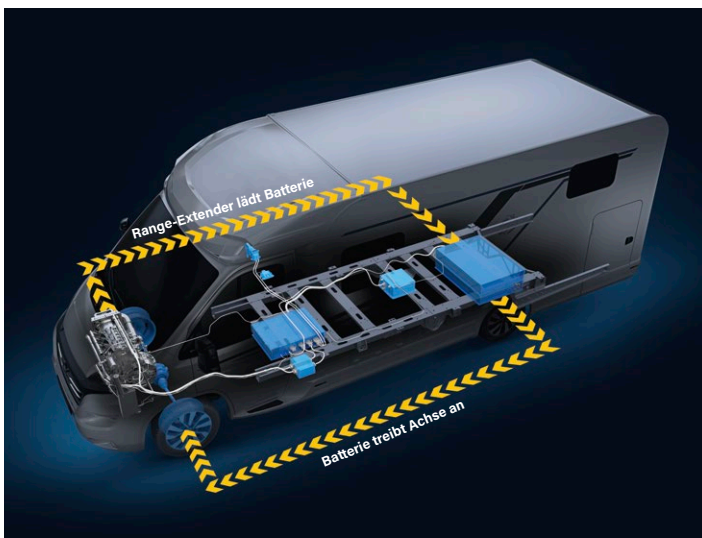
DAS BEGINNT BEI ALTERNATIVEN ANTRIEBSTECHNOLOGIEN FÜR WOHNMOBILE UND REICHT ÜBER DEN EINSATZ VON ELEKTRISCH UNTERSTÜTZTEN ACHSEN BEI WOHNWAGEN BIS ZUM GEZIELTEN EINSATZ VON LEICHTBAUMATERIALIEN SOWIE ALTERNATIVEN ANSÄTZEN ZUR SENKUNG DES GEWICHTS.

Auf dem Caravan Salon in Düsseldorf stellte Knaus Tabbert vergangenes Jahr mit dem E.POWER DRIVE die erste eigene Studie für ein elektrisches Wohnmobil vor. Nun geht es darum, aus diesem Konzept ein marktfähiges Fahrzeug zu entwickeln. Während einerseits ein Markteintritt so zeitnah wie möglich erreicht werden soll, ist andererseits die Komplexität des Themas nicht zu unterschätzen. Und wie immer gilt bei Knaus Tabbert, dass Sicherheit und Schnelligkeit Hand in Hand gehen. Ebenso von Bedeutung sind Anwenderfreundlichkeit und Alltagstauglichkeit des geplanten Fahrzeugs, das heißt, ein vollelektrisches oder hybrides Wohnmobil muss den Erwartungen der Kunden an Reichweite und Ausstattung gerecht werden. Gleichzeitig muss es den aktuellen und kommenden gesetzlichen Vorgaben und Vorschriften entsprechen.

EUROPA WIRD KLIMANEUTRAL – KNAUS TABBERT LEISTET SEINEN BEITRAG

Die Europäische Union hat im Jahr 2019 ihren Green Deal verkündet. Eines der Ziele ist die drastische Minimierung des klimaschädlichen CO₂-Ausstoßes in Europa. Bis zum Jahr 2050 möchte Europa daher klimaneutral sein. Alle Sektoren der Wirtschaft müssen ihren Beitrag leisten, wobei Verkehr und Tourismus einen hohen Stellenwert haben. »

Das erste elektrische Reisemobil von Knaus Tabbert in der Zusammenarbeit mit HWA.





KNAUS
Sport

KNAUS



„ALLTAGSTAUGLICHKEIT OHNE KOMPROMISSE“,

SO LAUTET DIE ZIELSETZUNG FÜR EIN ELEKTRO-WOHNMOBIL AUS
DEM HAUS KNAUS TABBERT.

Für den Knaus Tabbert Konzern bedeutet dies, dass neben den bisherigen Angeboten auf Basis modernster, verbrauchsarmer Verbrennungsmotoren auch alternative Antriebe und innovative Lösungen in das Portfolio aufgenommen werden sollen. Bei den Fahrgestellen bzw. Chassis im Wohnmobilmobilbereich hat dieses Ziel viele Partner. Die Fahrgestelle mit Motoren kommen derzeit von fünf Lieferanten: Mercedes, FIAT, MAN, Volkswagen Nutzfahrzeuge und Ford. Die Entwicklung bei diesen Herstellern spielt daher eine bedeutende Rolle für die künftige Motorisierung von Wohnmobilen. Knaus Tabbert bringt sich im Rahmen einer agilen und hybriden Zusammenarbeit bei den Partnern ein.

Um ein optimales ökologisches wie auch kundenorientiertes Ergebnis und damit Reisemobil zu ermöglichen, entwickelt die Gruppe eigene neue Ansätze mit einem Maximum an Kreativität, Ideen und Innovationen aus unterschiedlichsten Perspektiven. Knaus Tabbert sieht sich dabei als First Mover bei der Entwicklung neuer Lösungen, darüber hinaus werden interessante Lösungen aus anderen Branchen mit Potenzial und Mehrwert für begeisterte Freizeitfahrzeugkunden an die eigenen Erfordernisse angepasst und umgesetzt. Hinter dem Ganzen steht bei Knaus Tabbert eine grundsätzliche Technologieoffenheit.

Dementsprechend wurde die E.POWER DRIVE-Studie mit einem offenen und flexiblen Antriebskonzept entwickelt. Mit dem Fortschritt der Technik können neue Vorteile schnell übernommen werden. Grundlage für diese größtmögliche Flexibilität ist die Modularität der Bausteine. Beispielsweise ist die E-Drive-Antriebseinheit mit einem Range Extender ausgestattet. Dieser kann sowohl in Richtung einer E-Fuel-Technologie als auch der sich anbahnenden Brennstoffzellentechnologie weiterentwickelt werden. Das Ziel ist dabei unverändert: so schnell wie möglich bzw. sinnvoll emissionsfrei werden.

GROSSE HERAUSFORDERUNGEN

Zentrale Punkte für die neuen Antriebe sind einerseits die neuen Sicherheitsanforderungen, andererseits eine weitestgehende Kompensation des zusätzlichen Gewichts (z. B. von Speichersystemen). Dies kann teilweise zu Zielkonflikten führen, weil eine größere und schwerere Batterie Energiespeicher wiederum über das zusätzliche Gewicht die Reichweite beeinträchtigen. Gleichzeitig gibt es gesetzliche Limitierungen (z. B. Führerscheinregelung) mit Blick auf das Gewicht von Fahrzeugen. »





*One Night Stand.
Ohne Landstromanschluss
mindestens eine Nacht autark
Elektrokomponenten betreiben.*





ES GEHT UM ERFAHRUNG



Alles was Camper und Anleger lieben.

Mit rund 3.800 Mitarbeitern zählt Knaus Tabbert zu den führenden Herstellern von Freizeitfahrzeugen in Europa. Das derzeitige Markenportfolio besteht aus fünf erfolgreichen Produktmarken: KNAUS, TABBERT, WEINSBERG, T@B und MORELO. In ihrer Vielfalt decken diese Marken alle Produktsegmente und Preiskategorien bei Reisemobilen, Caravans, Camper Vans und CUVs ab – etwas, das kein anderer Hersteller in Europa bieten kann.

Mehr Infos auf knaustabbert.de

Last but not least: Diese neue Technik erfordert auch neue Steuerungskonzepte, denn unterschiedliche Systeme müssen reibungslos zusammenarbeiten. Beispielsweise müssen viele Bausteine künftig als Softwarelösungen entwickelt werden. Hinzu kommt der große Aufwand für umfangreiche Prüfungen von Materialien, Komponenten und Technologien bzw. deren Zusammenspiel. Wichtig bleibt, die neuen Lösungen und Antriebsformen trotzdem zu attraktiven Preisen anzubieten: für Campingfreunde und solche, die es werden wollen. Die Neuerungen im Caravaning-Bereich, wie Elektrifizierung, mehr Nachhaltigkeit, neue Antriebsarten, werden auch bisher als selbstverständlich angenommene Faktoren verändern. Der herkömmliche Energiemix in den Fahrzeugen – Gas zum Kochen und Heizen, Strom fürs Licht, Diesel zum Fahren – führte zu teilweise komplexen Installationsstrukturen.

Mit der E-Mobilität wird Knaus Tabbert diese Primärenergiearten reduzieren. Ergo: weniger Komplexität, weniger Materialeinsatz und weniger Gewicht. Aus dieser Perspektive wird im Elektro-Reisemobil auf Gas zugunsten von Strom verzichtet. Einen weiteren ersten Ansatz dazu gibt es bereits: die E.POWER-Technologie, wobei ehemals gasbasierte Komponenten nun elektrisch betrieben werden.

LEICHTBAU ALS VORAUSSETZUNG FÜR CARAVANING UND E-MOBILITÄT

Camping würde es ohne Leichtbau nicht wirklich geben, unabhängig in welchem Kontext. Camping ist auch nach vielen Jahren noch eine Urlaubsform, die dem Nutzer ein persönliches Umfeld an unterschiedlichsten Orten gewährt. Diese Mobilität bedeutet immer auch ein Bewegen von Gütern, daher hat Camping immer einen eigenen Energiebedarf zur Folge. Um diese Anwendungen überschaubar zu halten, gibt es nur einen sinnvollen Ansatz: konsequenten Leichtbau.

Im Umkehrschluss bedeutet Leichtbau aber weniger Energieverbrauch für die Reiseaktivität und damit größere Reichweite, das heißt, höhere Autarkie mit dem Freizeitfahrzeug als praktizierte Nachhaltigkeit. Die Caravaning-Industrie hat ihr Angebot heute bereits mit Blick auf Gewicht, Preis und Leistung in großen Teilen optimiert. „Neue Materialien“, Verbundfaserwerkstoffe, Compounds, Sandwichkonstruktionen – all dies lässt im Detail Verbesserungen zu. Ein zusätzlicher, noch weiter gehender Schritt wird eher aus revolutionären Ansätzen kommen. Ein Beispiel dafür sind situative Raumnutzungen, die erst bei Bedarf mit wenig Aufwand entstehen. Der Einsatz von additiver Fertigung könnte komplizierte

Komponenten effizienter erzeugen. Strukturleichtbau, additive Technik und neue Materialkombinationen werden Funktionen erlauben, die im konventionellen Umfeld nicht möglich sind. Neue Leichtbaumaterialien werden heute vermehrt auf die Verwendung nachwachsender Rohstoffe hin betrachtet, ebenso steht als wichtiges Merkmal eine Rezyklierfähigkeit im Fokus, gepaart mit Möglichkeiten, dies in eine nachhaltige Kreislaufwirtschaft zu integrieren.

AUCH WOHNWAGEN WERDEN NACHHALTIGER UND DIGITALER

Im Wohnwagenbereich sind die Herausforderungen noch etwas spezieller. E-Zugfahrzeuge und die damit verbundene Beschränkung der Reichweite erfordern zusätzliche Vorgehensweisen. Priorität haben jedoch die aktuellen Zulassungsvorschriften. Dass ein elektrisch angetriebener Caravan gegenwärtig nicht für eine Zulassung in Europa vorgesehen ist, erfordert eine Neubetrachtung und Neubewertung. Elektrische Unterstützung bedeutet konkret, dass die gezogene Last (des Wohnwagens) reduziert und damit die Belastung für das Zugfahrzeug verringert wird. Energetisch aufgeladen wird ein Caravan beispielsweise durch Rekuperation (Rückgewinnung von Energie beim Bremsen).

Neue Technologien werden auch dazu beitragen, dass der Campingurlaub noch angenehmer wird. Die Möglichkeiten der Digitalisierung sollen für neue Komfortmerkmale sorgen und Mehrwert für die Urlauber schaffen. Derzeit ist zum Beispiel im Umfeld der Marke TABBERT eine Sprachsteuerung für Interieurfunktionen erhältlich.

DER WEG IST LANG – ABER ER LOHNT SICH

Camping ist immer eine Kombination aus Reise und Ziel. Und bei der Elektromobilität und neuen Antriebsmöglichkeiten ist es genauso. Knaus Tabbert hat das Thema Nachhaltigkeit als wichtigen Bestandteil in die Unternehmensstrategie integriert und damit zu einem wichtigen Thema für Innovationen gemacht. Neue Antriebstechnologien, Reduzierung des Verbrauchs, Recycling von Materialien, nachhaltige Fertigung oder Einsatz nachwachsender Rohstoffe sind wesentliche Elemente dieser Strategie. Für Knaus Tabbert ist die Entwicklung nachhaltiger Lösungen Teil der DNA. Zur Nachhaltigkeit im Konzern zählen darüber hinaus Themen aus den Bereichen Mitarbeiter, Gesellschaft oder Governance.

Bei aller Motivation sehen wir zwar, dass nicht alle Ziele und Visionen technologisch sofort umsetzbar sind, aber wir arbeiten daran – versprochen!

KNAUS TABBERT-AKTIE - AM WEG IN DEN SDAX

TROTZ ANHALTEND HOHER NACHFRAGE NACH FREIZEITFAHRZEUGEN KONNTE SICH KNAUS TABBERT VOM ALLGEMEINEN MARKTUMFELD NICHT ABKOPPELN. DIE UNGLÜCKLICHE MISCHUNG AUS HOHER INFLATION UND STEIGENDEN ZINSEN, DIE UNSICHERHEIT DER MÄRKTE IN BEZUG AUF DEN ANGRIFFSKRIEG RUSSLANDS AUF DIE UKRAINE UND DIE DARAUSS RESULTIERENDEN AUSWIRKUNGEN AUF DIE WIRTSCHAFT SOWIE DIE PROBLEME ENTLANG DER LIEFERKETTEN, WAREN KEINE ATTRAKTIVE MISCHUNG FÜR DIE KAPITALMÄRKTE.

Insbesondere die Probleme entlang der Lieferketten führen auch bei

Knaus Tabbert zu Einschränkungen der Produktion. So wurden mehr Wohnwagen als Wohnmobile bzw. Camper Vans hergestellt, was sich auf Umsatz und Ergebnis auswirkt. Gleichzeitig setzte das Unternehmen seine angekündigte Wachstumsstrategie durch umfassende Investitionen in Produktionsanlagen und Personal um. Den zusätzlichen Investitionen stand damit nicht der entsprechende Umsatz gegenüber. In diesem Zuge hat der Konzern Ende Juli seine Jahresprognose spezifiziert und die Erwartungen zur EBITDA-Marge reduziert. Der zuversichtliche Ausblick auf das zweite Halbjahr, wenn die Fahrgestelle von nun mehr fünf Herstellern in deutlich höheren Mengen zur Verfügung stehen, hat die Börse bislang wenig bewegt.

Insgesamt steht im ersten Halbjahr 2022 ein Minus von -52,9 % vor der

Aktie. Die Aktie beendet den Handel am 30. Juni mit 25,30 Euro.

ENGAGIERTE INVESTOR RELATIONS ARBEIT

Das vergangene Halbjahr stand im Zeichen der weiteren Intensivierung der Kapitalmarktaktivitäten der Knaus Tabbert AG. Der Vorstand und das Investor Relations-Team präsentierten das Unternehmen auf zahlreichen Konferenzen und Roadshows im In- und Ausland.

London, Paris, Hamburg, München, Wien und Frankfurt zählten zu den primären Stationen. Ziel ist es verstärkt Aufmerksamkeit für die Aktie zu erzielen, bestehende Aktionäre zu halten und neue Investoren zu gewinnen. Zudem sollen noch mehr Analysten für die Bewertung gewonnen werden.

„KNAUS TABBERT HAT DAS MITTELFRISTIGE POTENTIAL FÜR DEN SDAX.“

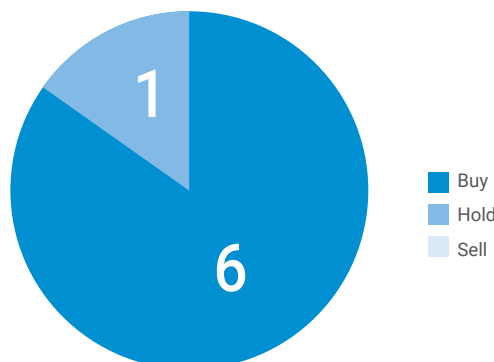
MANUEL TAVERNE, HEAD OF INVESTOR RELATIONS

ANALYSTENRATINGS

AKTUELLE ANALYSTENEMPFEHLUNGEN

BROKER	RATING	TARGET PRICE
AlphaValue/Baader Europe	buy	EUR 59,50
Kepler Cheuvreux	buy	EUR 36,00
Jefferies	buy	EUR 66,00
BNP Paribas Exane	neutral	EUR 27,00
First Berlin	buy	EUR 87,00
Montega (Sponsored)	buy	EUR 53,00
Oddo BHF	outperform	EUR 75,00

AKTUELLE RATINGS



Inzwischen wird das Unternehmen von sieben Banken und Researchhäusern regelmäßig beurteilt und nahezu komplett mit einem „Kauf“-Votum versehen.

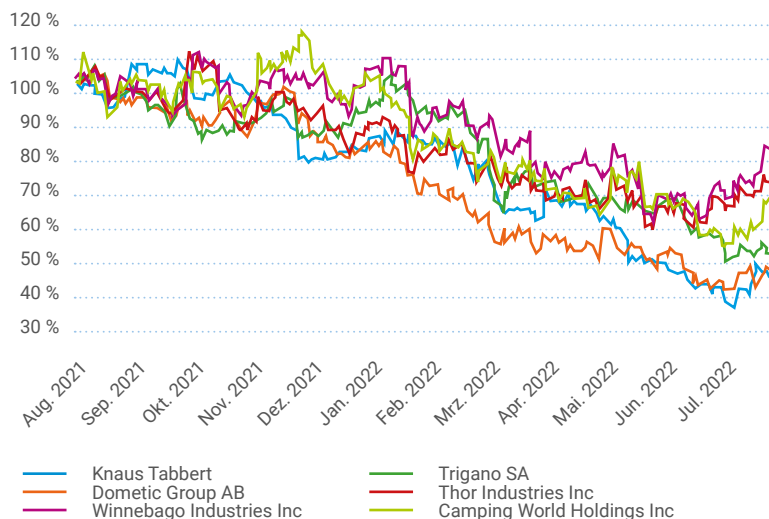
„DIE DIGITALISIERUNG DER KOMMUNIKATION IST EINE CHANCE DIE WIR IM INTERESSE DER AKTIONÄRE NUTZEN WERDEN.“

MANUEL TAVERNE

Am 25. Mai fand die Hauptversammlung 2022 von Knaus Tabbert statt. Auch dieses Mal musste auf Grund der Pandemie eine virtuelle Versammlung durchgeführt werden und das Management konnte nicht den gewünschten persönlichen Dialog mit Anlegern pflegen. Das erfolgreiche Geschäftsjahr 2021 erlaubte die Ausschüttung einer Dividende von 1,50 Euro.

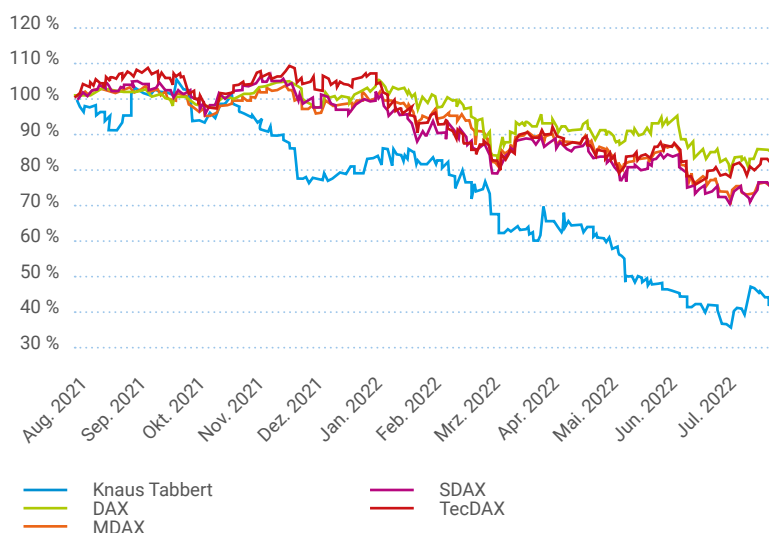
Die Aktionärsstruktur hat sich im ersten Halbjahr nicht verändert (siehe Grafik).

ENTWICKLUNG VS. PEER GROUP



PEER GROUP	1 MONAT	3 MONATE	6 MONATE	1 JAHR	2 JAHRE	YTD
Knaus Tabbert AG	16,60 %	-26,80 %	-45,70 %	-55,71 %	-45,87 %	-45,65 %
Trigano SA	1,93 %	-23,10 %	-43,16 %	-47,78 %	-1,65 %	-44,33 %
Dometic Group AB	14,17 %	-19,77 %	-33,04 %	-53,11 %	-19,56 %	-42,41 %
Thor Industries Inc	12,85 %	10,16 %	-10,85 %	-28,75 %	-26,02 %	-18,73 %
Winnebago Industries Inc	24,32 %	13,52 %	-6,43 %	-16,00 %	-0,07 %	-19,42 %
Camping World Holdings Inc	25,24 %	5,30 %	-18,55 %	-31,30 %	-26,16 %	-33,07 %
Mittelwert Peers	15,70 %	-2,78 %	-22,41 %	-35,39 %	-14,69 %	-31,59 %

ENTWICKLUNG VS. BENCHMARK INDICES



LEICHTES WACHSTUM IN SCHWIERIGEM UMFELD

AUFTRAGSBESTAND

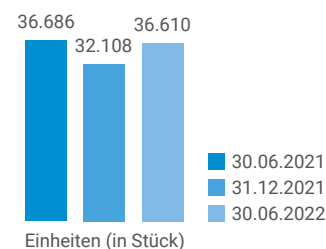


Tabelle 1

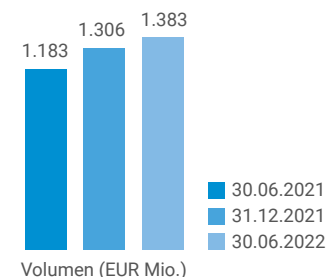


Tabelle 2

ABSATZ

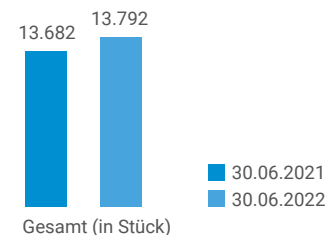


Tabelle 3

DIE GESCHÄFTSENTWICKLUNG DER KNAUS TABBERT GRUPPE IM ERSTEN HALBJAHR 2022 WAR ERNEUT GEPRÄGT VON EINER ANHALTEND HOHEN MARKTNACHFRAGE UND PRODUKTIONS-EINSCHRÄNKUNGEN DURCH WEITERHIN GESTÖRTE LIEFERKETTEN UND DARAUS RESULTIERENDE MATERIALENGPÄSSE BEI DIVERSEN KOMPONENTEN.

HOHE NACHFRAGE SORGT FÜR STABILE AUFTRAGSLAGE

Die hohe Nachfrage nach Freizeitfahrzeugen setzte sich auch im ersten Halbjahr 2022 mit hoher Dynamik fort. Knaus Tabbert verzeichnete dabei einen Auftragseingang von mehr als 18.000 Einheiten.

Der Auftragsbestand zum 30. Juni 2022 lag daher mit rund 36.600 Einheiten und einem Gesamtwert von EUR 1,4 Mrd. stabil auf hohem Niveau.

(Tabelle 1)

ABSATZSTEIGERUNG DANK FLEXIBLER PRODUKTION

Zur bestmöglichen Nutzung der vorhandenen Kapazitäten hat Knaus Tabbert innerhalb der Fahrzeugkategorien wie bereits in den Vorquartalen einen stärkeren Fokus auf die Produktion von Wohnwagen gelegt. Der Absatz von Wohnwagen erhöhte sich in den ersten sechs Monaten 2022 um 25,5 % auf 9.442 Einheiten (Vorjahr: 7.532 Einheiten). Trotz einer um 29,3 % oder 1.800 Einheiten unter dem Vorjahr liegenden Absatzmenge an motorisierten Fahrzeugen konnten so im ersten Halbjahr 2022 mit 13.792 Einheiten dennoch mehr Fahrzeuge ausgeliefert werden als in der Vergleichsperiode 2021.

(Tabelle 2)

Dazu trug nicht zuletzt die flexible Organisationsstruktur von Knaus Tabbert bei, die es dem Unternehmen weiterhin ermöglicht, schnell und effizient auf veränderte Rahmenbedingungen zu reagieren und daher die Produktion an den einzelnen Standorten entsprechend zu priorisieren.

(Tabelle 3)

KOSTEN- UND ERGEBNISENTWICKLUNG

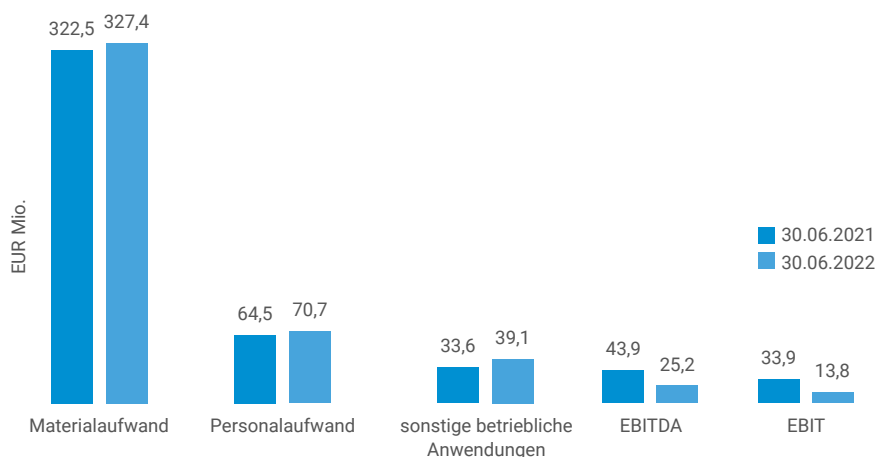


Tabelle 4

UMSATZSTEIGERUNG TROTZ UNGÜNSTIGEM PRODUKT-MIX

Trotz eines höheren Anteils von Wohnwagen mit einem deutlich geringeren Durchschnittspreis gegenüber Reisemobilen und Camper Vans konnte auch der Umsatz im ersten Halbjahr 2022 gesteigert werden.

(Tabelle 4)

ERTRAGSKRAFT DURCH KOSTENSTEIGERUNGEN GEBREMST

Vor allem aufgrund eines höheren Bestands an Leiharbeitskräften, die ebenfalls einen wesentlichen Beitrag zur Wertschöpfung leisten, ist der Materialaufwand gegenüber dem Vorjahr geringfügig gestiegen. Bezogen auf die Gesamtleistung ergibt sich daraus eine Materialkostenquote von 70,8 % (Vorjahr: 69,4 %).

Als Konsequenz aus der anhaltend hohen Marktnachfrage und dem konstant hohen Auftragsbestand von deutlich über einer Milliarde Euro, hat Knaus Tabbert bereits im vergangenen Jahr ein umfassendes Investitionsprogramm gestartet. Diese Wachstumsoffensive erfordert auch zusätzliche Arbeitskräfte.

Mit dem Personalaufbau reagierte das Unternehmen daher frühzeitig auf den evidenten Fachkräftemangel in zahlreichen Branchen und Regionen Europas.

Vor diesem Hintergrund ist es von strategischer Bedeutung, qualifizierte Arbeitskräfte – trotz Lieferkettenstörungen und Materialengpässen – im Unternehmen zu halten. Für eine befristete Übergangszeit akzeptiert Knaus Tabbert damit bewusst auch negative Ergebniseffekte.

In den ersten sechs Monaten 2022 hat sich der Personalaufwand infolge des strategischen Personalaufbaus deutlich erhöht. Bezogen auf die Gesamtleistung beträgt die Personalkostenquote (ohne die im Materialaufwand enthaltenen Leiharbeiter) 15,3 % und liegt damit um 1,4 Prozentpunkte über dem Niveau des Vorjahres (13,9 %). Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalteten neben gestiegenen Frachtkosten vor allem auch Kosten für Lagerung und Handling von fertigen und unfertigen Fahrzeugen sowie Rechts- und Beratungskosten.

Vor diesem Hintergrund reduzierte sich das EBITDA um 42,6 % auf EUR 25,2 Mio. (Vorjahr: EUR 43,9 Mio.).

Bereinigt um Sondereffekte lag das EBITDA bei EUR 25,5 Mio. (Vorjahr: EUR 44,7 Mio.). Die bereinigte EBITDA-Marge betrug dadurch 5,7 % und war um 4,4 Prozentpunkte niedriger als der Vorjahreswert von 10,1 %.

(Tabelle 5)

UMSATZUNDGESAMTLEISTUNG

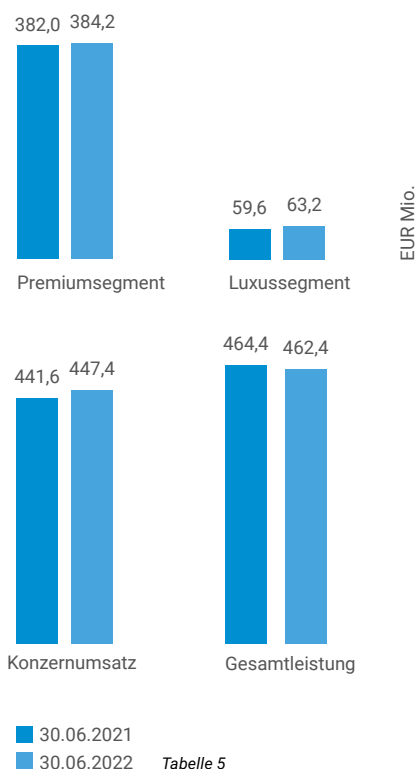


Tabelle 5



KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (VERKÜRZT)

TEUR	2022	2021
Umsatz	447.351	441.571
Gesamtleistung	462.428	464.571
Materialaufwand	-327.392	-322.520
Personalaufwand	-70.731	-64.526
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-39.087	-33.596
EBITDA bereinigt	25.485,7	44.724,4
EBITDA	25.218	43.930
Abschreibungen	-11.423	-10.005
EBIT	13.795	33.924
Finanzergebnis	-1.496	-662
Steuern	-4.012	-9.685
Konzernergebnis	8.287	23.577

KAPAZITÄTSAUSBAU UND LIEFERENGPÄSSE BESTIMMEN BILANZENTWICKLUNG

Die Bilanzsumme der Knaus Tabbert Gruppe erhöhte sich im Vergleich zum 31. Dezember 2021 um 34 %. Dies resultiert aus dem Investitionsprogramm und den Maßnahmen zur Erhöhung der Kapazitäten sowie dem Erwerb der Unternehmensgruppe WVD Südcaravan im ersten Quartal 2022. Hinzu kommt eine offensivere Einkaufspolitik und höhere Bevorratung bei Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen zur Absicherung der Produktion und der Lieferkette

vor dem Hintergrund der anhaltend starken Nachfrage. Auf der Passivseite stehen diesen Entwicklungen eine deutliche Erhöhung der Verbindlichkeiten, unter anderem durch die Platzierung eines Schuldscheins über EUR 100 Mio., sowie ein infolge der Dividendenausschüttung von EUR 15,6 Mio. leicht reduziertes Eigenkapital gegenüber. Die Eigenkapitalquote verringerte sich im Vergleich zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2021 auf 27,2 %. Die genannten Effekte bestimmten auch die Cashflow-Entwicklung. So erwirtschaftete Knaus Tabbert in den ersten sechs Monaten 2022

einen operativen Cashflow in Höhe von EUR 11,9 Mio. nach EUR 40,4 Mio. in der entsprechenden Vorjahresperiode. Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit belief sich auf EUR 33,7 Mio. nach EUR 12,8 Mio. in der Vorjahresperiode.

Insgesamt erhöhte sich der Zahlungsmittelbestand gegenüber dem Vorjahresende leicht auf EUR 11,4 Mio. Dabei nahm die Nettofinanzverschuldung des Konzerns infolge der umfangreichen Wachstumsinvestitionen deutlich von EUR 93,9 Mio. auf EUR 138,1 Mio. zu.

KONZERN-BILANZ (VERKÜRZT)

AKTIVA			PASSIVA		
TEUR	30.06.2022	31.12.2021	TEUR	30.06.2022	31.12.2021
Immaterielle Vermögenswerte	21.928	18.050	Gesamtes Eigenkapital	125.806	133.879
Sachanlagen	154.168	130.636	Sonstige Rückstellungen	14.477	13.543
Sonstige langfristige Vermögenswerte	7.419	5.003	Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	102.233	2.331
Langfristige Vermögenswerte	183.514	153.689	Sonstige Verbindlichkeiten	22.444	15.877
Vorräte	202.781	144.948	Langfristige Schulden	139.154	31.751
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	27.992	6.948	Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	33.879	93.052
Sonstige Forderungen und sonstige Vermögenswerte	37.096	29.384	Verbindlichkeiten aus L+L	101.653	38.471
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	11.353	9.677	Sonstige Verbindlichkeiten + Rückstellungen	62.244	47.491
Kurzfristige Vermögenswerte	279.221	190.956	Kurzfristige Schulden	197.776	179.014
Bilanzsumme/Aktiva	462.736	344.645	Bilanzsumme/Passiva	462.736	344.645

KnausTabbert



ES GIBT VIEL ZU ERLEBEN.

Mit rund 3.800 Mitarbeitern zählt Knaus Tabbert zu den führenden Herstellern von Freizeitfahrzeugen in Europa. Das derzeitige Markenportfolio besteht aus fünf erfolgreichen Produktmarken: KNAUS, TABBERT, WEINSBERG, T@B und MORELO. In ihrer Vielfalt decken diese Marken alle Produktsegmente und Preiskategorien bei

Reisemobilen, Caravans, Camper Vans und CUVs ab – etwas, das kein anderer Hersteller in Europa bieten kann. Die Stärke des Unternehmens zeigt sich im Umsatzwachstum von 8,6% (2020 auf 2021). Deshalb ist Knaus Tabbert nicht nur für begeisterte Camper, sondern auch für smarte Anleger interessant.

KnausTabbert

Wir bewegen



Knaus Tabbert AG
Helmut-Knaus-Str. 1
94118 Jandelsbrunn
Deutschland

Telefon: +49 (0)8583 / 21-1
Fax: +49 (0)8583 / 21-380
E-Mail: ir@knaustabbert.de

knaustabbert.de

IMPRESSUM

Medieninhaber und Herausgeber: Knaus Tabbert AG, Helmut-Knaus-Str. 1, 94118 Jandelsbrunn, Deutschland, Telefon: +49 (0)8583 / 21-1, Fax: +49 (0)8583 / 21-380, E-Mail: ir@knaustabbert.de

Layout: Sery* Brand Communications GmbH, München

Konzept, Redaktion und Text: Instinctif Konzeption Deutschland GmbH

Fotos: Stocksy, Knaus Tabbert AG

Druck: Passavia Druckservice GmbH

Druck- und Satzfehler vorbehalten. Drucklegung (08/2022). Aus Gründen der leichten Lesbarkeit wird in diesem Bericht bei Personenbezeichnungen die männliche Form verwendet. Sie steht stellvertretend für Personen jeglichen Geschlechts.