

Geschäftsverlauf in den Sparten **Ergebnis** der **Touristik** in schwierigem wirtschaftlichen Umfeld gesteigert.

Nach dem in 2009 abgeschlossenen Verkauf der Containerschifffahrt beinhalten die fortzuführenden Geschäftsbereiche des TUI Konzerns die Touristik und den Zentralbereich. Die Touristik umfasst die Bereiche TUI Travel, TUI Hotels & Resorts und Kreuzfahrten. Im Zentralbereich sind unter der Bezeichnung „Alle sonstigen Segmente“ insbesondere die Corporate-Center-Funktionen der TUI AG und der Zwischenholdings sowie die Immobiliengesellschaften des Konzerns zusammengefasst. Daneben werden auch segmentübergreifende Konsolidierungseffekte dem Zentralbereich zugeordnet.

Die aufgegebenen Geschäftsbereiche beinhaltenen bis zum Ende des ersten Quartals 2009 die inzwischen veräußerten Aktivitäten der Containerschifffahrt sowie für den gesamten Berichtszeitraum die Magic Life-Gruppe.

Die im Rahmen des Verkaufs eingegangene Finanzbeteiligung von 43,33 % an der Containerschifffahrt wird ab dem zweiten Quartal 2009 at Equity im Konzernabschluss bewertet. Das anteilige Equity-Ergebnis wird im Zentralbereich ausgewiesen und ist kein Bestandteil des operativen Ergebnisses.

Umsatz und Ergebnis in der Touristik

Kennzahlen Touristik

Mio €	RGJ 2009	9M 2008	Veränd. %	2008
Umsatz	13 054,3	15 136,2	- 13,8	18 585,8
Segmentumsatz	13 068,3	15 136,2	- 13,7	18 609,8
Umsatzkosten	11 728,0	13 782,9	- 14,9	17 104,8
Bruttogewinn	1 340,3	1 353,3	- 1,0	1 505,0
Verwaltungsaufwendungen	1 119,6	1 116,1	+ 0,3	1 333,2
Sonstige Erträge/Aufwendungen	15,9	- 102,7	n. a.	- 69,2
Equity-Ergebnis/Beteiligungsergebnis	37,8	42,8	- 11,7	24,6
Sparten-EBITA	274,4	177,3	+ 54,8	127,2
Abgangsergebnisse	- 4,6	-		+ 3,8
Restrukturierung	+ 58,3	+ 310,6		+ 284,9
Kaufpreisallokation	+ 47,8	+ 46,4		+ 57,8
Einzelsachverhalte	+ 319,7	+ 129,8		+ 146,8
Bereinigtes Sparten-EBITA	695,6	664,1	+ 4,7	620,5
Investitionen	285,6	469,6	- 39,2	545,9
Mitarbeiter (30.9.)	64 336	66 294	- 3,0	59 706*)

*) 31. Dezember

Umsatzerlöse und -kosten

Im Rumpfgeschäftsjahr 2009 nahm der touristische Umsatz um 14 % gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreswert auf 13,1 Mrd. € ab, was auf das geringere Geschäftsvolumen von TUI Travel sowie auf das im Jahresdurchschnitt schwächere Britische Pfund zurückzuführen war.

	<p>Den Umsatzerlösen wurden die Umsatzkosten gegenübergestellt. Sie beliefen sich auf 11,7 Mrd. €, ein Rückgang von 15 %. Im Rumpfgeschäftsjahr 2009 betrug der Bruttogewinn als Saldogröße aus Umsatzerlösen und -kosten 1,3 Mrd. € (Vorjahr 1,4 Mrd. €), ein Minus von 1 %.</p>
Verwaltungsaufwendungen	<p>Die Verwaltungsaufwendungen beinhalten Aufwendungen, welche nicht direkt durch die Erzielung der Umsatzleistung verursacht sind, wie Aufwendungen für allgemeine Managementfunktionen. Mit 1,1 Mrd. € lagen die Verwaltungsaufwendungen auf dem Niveau des vergleichbaren Vorjahreszeitraums.</p>
Sonstige Erträge/ Andere Aufwendungen	<p>Sonstige Erträge und Andere Aufwendungen umfassen in erster Linie Gewinne bzw. Verluste aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens. Der Posten lag mit 16 Mio. € deutlich über dem Vorjahreswert, da dieser durch erhöhte Aufwendungen im Zusammenhang mit der strategischen Neuausrichtung der Flugaktivitäten der TUI Travel geprägt war.</p>
Equity-Ergebnis	<p>Das Ergebnis aus nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen enthält das anteilige Jahresergebnis der assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen. Mit 38 Mio. € im Rumpfgeschäftsjahr 2009 verringerte es sich um 12 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Die Ergebnisbeiträge resultierten im Wesentlichen aus den Equity-Gesellschaften in den Bereichen Accommodation & Destinations von TUI Travel und TUI Hotels & Resorts sowie aus dem Gemeinschaftsunternehmen TUI Cruises.</p>
Ergebnis der Touristik	<p>Im Rumpfgeschäftsjahr 2009 erhöhte sich das operative Ergebnis der Touristik gegenüber den ersten neun Monaten des Vorjahres um 5 % auf 696 Mio. €. TUI Travel trug zu diesem Ergebnis 571 Mio. € bei, TUI Hotels & Resorts 123 Mio. € und der Bereich Kreuzfahrten 1 Mio. €. Das berichtete Ergebnis der Touristik-Sparte stieg gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreswert insgesamt um 55 % auf 274 Mio. €.</p>

TUI Travel

Kennzahlen TUI Travel

Mio €	RGJ 2009	9M 2008	Veränd. %	2008
Umsatz	12 636,1	14 690,6	- 14,0	18 015,1
Sparten-EBITA	150,0	33,2	+ 351,8	- 35,8
Abgangsergebnisse	- 4,6	-		-
Restrukturierung	+ 58,3	+ 310,6		+ 284,9
Kaufpreisallokation	+ 47,8	+ 46,4		+ 57,8
Einzelsachverhalte	+ 319,7	+ 129,8		+ 146,8
Bereinigtes Sparten-EBITA	571,2	520,0	+ 9,8	453,7
Investitionen	210,8	325,2	- 35,2	380,4
Mitarbeiter (30.9.)	50 285	52 920	- 5,0	48 508 ^{*)}

^{*)} 31. Dezember

Umsatz und Ergebnis

Die Umsatzerlöse von TUI Travel nahmen im Rumpfgeschäftsjahr 2009 währungs- und kapazitätsbedingt um 14 % ab.

Das bereinigte Ergebnis von TUI Travel erhöhte sich im Rumpfgeschäftsjahr 2009 gegenüber den ersten neun Monaten des Vorjahres um 10 % auf 571 Mio. €. Der operative Ergebnisanstieg resultierte insbesondere aus höheren Synergien. Auch konnten die Auslastung und die erzielten Margen im Mainstream-Geschäft trotz der durch das wirtschaftliche Umfeld gedämpften Nachfrage leicht verbessert werden. Belastend wirkte sich der im Jahresdurchschnitt geringere Wert des Britischen Pfund aus.

Der Zielwert für die nachhaltigen Synergien ab dem Geschäftsjahr 2010/11 aus der Bildung von TUI Travel wurde in 2009 um 25 Mio. auf 200 Mio. Britische Pfund pro Jahr angehoben. Von diesem Wert entfallen 160 Mio. Britische Pfund auf die Mainstream-Aktivitäten in Großbritannien, 7 Mio. Britische Pfund auf Zentralfunktionen und 33 Mio. Britische Pfund auf die übrigen operativen Bereiche.

Im Rumpfgeschäftsjahr 2009 war das Ergebnis von TUI Travel um die folgenden Sondereinflüsse zu bereinigen:

- Abgangsergebnisse in Höhe von 5 Mio. €
- Restrukturierungskosten in Höhe von 58 Mio. €, insbesondere aus der Reorganisation der Veranstalteraktivitäten in Frankreich und Großbritannien;
- Effekte aus Kaufpreisallokationen in Höhe von 48 Mio. € und
- Einzelsachverhalte in Höhe von 320 Mio. €, insbesondere Integrationskosten für die Veranstalter- und Zielgebietsbeteiligungen, einmalige Belastungen aus der Bewertung der Flugzeugflotte in Frankreich sowie Kosten der Neuausrichtung des Flugbereichs in Deutschland.

Das berichtete Ergebnis von TUI Travel fiel im Rumpfgeschäftsjahr 2009 mit 150 Mio. € um 117 Mio. € höher aus als im vergleichbaren Vorjahreszeitraum.

Mainstream

Mainstream ist der größte Bereich innerhalb der TUI Travel und umfasst den Verkauf von Flug-, Unterkunfts- und sonstigen touristischen Dienstleistungen in den drei Bereichen Europa Mitte, Region Nord und Europa West.

Gästezahlen TUI Travel Mainstream

Tsd	RGJ 2009	9M 2008	Veränd. %	2008
Europa Mitte	7 705	8 939	- 13,8	10 987
Region Nord	5 673	6 921	- 18,0	8 513
Europa West	4 236	4 689	- 9,7	5 669
Gesamt	17 614	20 549	- 14,3	25 169

Europa Mitte

Im Bereich Europa Mitte (Deutschland, Österreich, Schweiz, Polen sowie die Fluggesellschaft TUIfly) nahm die Anzahl der Gäste im verkürzten Geschäftsjahr 2009 um 14 % gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum ab. Dieser Rückgang war wesentlich auf eine verminderte Kapazität im Charter- und Einzelplatzgeschäft vor dem Hintergrund einer durch das wirtschaftliche Umfeld geschwächten Nachfrage zurückzuführen.

TUI Deutschland hat die Flugauslastung und die erzielten durchschnittlichen Margen im Rumpfgeschäftsjahr durch das aktive Kapazitätsmanagement gegenüber den vergleichbaren Vorjahreswerten trotz der deutlichen Mengenrückgänge leicht gesteigert. Der durchschnittlich erzielte Reisepreis ging durch die Weitergabe erzielter Einkaufsvorteile an die Kunden leicht zurück. Durch den verstärkten Markteintritt ausländischer Veranstalter war der Schweizer Reisemarkt durch Überkapazitäten gekennzeichnet. TUI Suisse litt im Rumpfgeschäftsjahr daher unter einem verstärkten Preiswettbewerb und sinkenden Margen. In Österreich profitierte TUI Austria von Synergien aus der Zusammenlegung der TUI Aktivitäten mit First Choice. TUI Poland verzeichnete nach dem deutlichen Wachstum im Vorjahr im verkürzten Geschäftsjahr 2009 eine sinkende Nachfrage, die insbesondere auf den schwächeren Kurs des polnischen Zloty gegenüber dem Euro zurückzuführen war.

Der Zielwert für die nachhaltigen Synergien aus der Integration der Aktivitäten von TUI und First Choice im Bereich Europa Mitte beträgt unverändert 4 Mio. Britische Pfund.

Region Nord

Im Bereich Region Nord (Großbritannien, Irland, Kanada, Nordische Länder sowie die Fluggesellschaften Thomsonfly, TUIfly Nordic und First Choice Airways) nahmen die Gästezahlen im verkürzten Geschäftsjahr 2009 mit 18 % in einem vergleichbaren Umfang wie die Kapazitäten ab. In Großbritannien führte ein starkes Kurzfristgeschäft in den Sommermonaten zu einer über dem Vorjahreszeitraum liegenden Flugauslastung und zu verbesserten Margen. Das Geschäft der nordischen TUI Veranstalter dagegen wurde insbesondere in der ersten Jahreshälfte durch das eingetrübte Konsumklima in Schweden und Dänemark belastet. Im Sommer 2009 war allerdings eine deutliche Verbesserung der Buchungssituation festzustellen. Weiterhin nicht zufrieden stellend verlief das Geschäft in dem durch Überkapazitäten geprägten kanadischen Reisemarkt.

Die Integration der Aktivitäten im englischen Markt verlief in 2009 planmäßig, entsprechend konnten die erwarteten Synergiepotenziale realisiert werden. Im Rahmen des laufenden Projektfortschritts wurden zusätzliche Potenziale identifiziert, so dass der Zielwert für die jährlichen nachhaltigen Synergien um 20 Mio. auf 160 Mio. Britische Pfund angehoben werden konnte.

Europa West

Im Bereich Europa West (Frankreich, Niederlande, Belgien sowie die Fluggesellschaften Corsairfly, Arkefly und Jetairfly) gingen die Gästezahlen im Rumpfgeschäftsjahr 2009 um 10 % zurück. Die TUI Veranstalter in Frankreich litten unter einer schwächeren

Nachfrage auf Grund des wirtschaftlichen Umfelds sowie der negativen Auswirkungen der politischen Unruhen in Guadeloupe und Madagaskar. Auch die TUI Veranstalter in den Niederlanden berichteten über Volumenrückgänge. Die TUI Aktivitäten in Belgien profitierten von einer stabilen Nachfrage sowie einer verbesserten Kostenbasis der eigenen Fluglinie und verzeichneten einen positiven Geschäftsverlauf im verkürzten Geschäftsjahr.

Der Zielwert für die nachhaltigen Synergien aus der Integration der Aktivitäten von TUI und First Choice im Bereich Europa West beträgt 5 Mio. Britische Pfund.

Specialist & Emerging Markets

Der Bereich Specialist & Emerging Markets, in dem Spezialveranstalter in Europa, Nordamerika und Wachstumsmärkte, wie beispielsweise Russland, geführt werden, verzeichnete im Rumpfgeschäftsjahr 2009 mit 667 Tsd. Gästen (ohne Wachstumsmärkte) eine um 14 % unter dem Vorjahr liegende Gästezahl.

Die Länderspezialisten in Kontinentaleuropa berichteten insgesamt über einen guten Geschäftsverlauf. Das Premium-Segment in Großbritannien entwickelte sich weiter positiv. Als Folge der Integration der ehemaligen TUI Einheiten und First Choice konnten hier insbesondere die Fernreisen zulegen. Der Zielwert für die nachhaltigen Synergien aus der Zusammenlegung der Spezialveranstalter in UK beträgt 7 Mio. Britische Pfund.

Bei gegenüber dem Vorjahresniveau reduzierten Kapazitäten wurde das Geschäft der TUI Travel in Nordamerika durch eine geringere Nachfrage nach Expeditionsreisen belastet.

Activity

Im Bereich Activity, der Reiseunternehmen für Aktivurlaube in den Unterbereichen Marine, Adventure sowie Ski, Student & Sport umfasst, entwickelte sich das Geschäft im Rumpfgeschäftsjahr positiv. Das Wachstum resultierte im Wesentlichen aus den Ergebnisbeiträgen der in den beiden Vorjahren neu erworbenen Veranstalter. Daneben trugen die vollzogene Integration des Skigeschäfts von TUI und First Choice und Kosteneinsparungen zu besseren Ergebnissen bei.

Der Zielwert für die nachhaltig erzielbaren Synergien aus der Zusammenführung von Aktivitäten im Bereich Activity beträgt 8 Mio. Britische Pfund.

Accommodation & Destinations (A&D)

Die ehemals im Bereich „Online Destination Services“ gebündelten Online-Services und Zielgebietsagenturen werden seit dem zweiten Quartal 2009 unter der Bereichsbezeichnung Accommodation & Destinations (A&D) geführt.

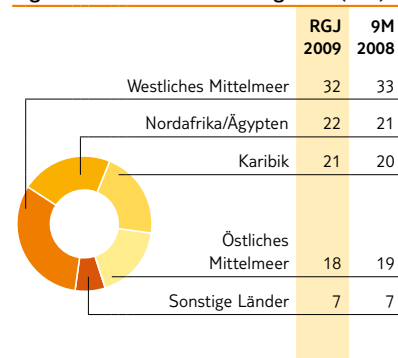
Die Online-Services knüpften an die gute Entwicklung des Vorjahres an.

Das Ergebnis der Zielgebietsagenturen fiel auf Grund rückläufiger Gästezahlen und eines schwächeren Ausflugesgeschäfts insbesondere in Spanien geringer aus als im Vorjahr.

Der Zielwert für die nachhaltigen Synergien aus der Zusammenführung von Aktivitäten im Bereich A&D beträgt 9 Mio. Britische Pfund.

TUI Hotels & Resorts

Eigene Hotelbetten nach Regionen (in %)



Der Hotelbereich des Konzerns ist unter TUI Hotels & Resorts zusammengefasst. Hierzu zählen Hotelgesellschaften, an denen eine Mehrheitsbeteiligung besteht, Joint Ventures mit lokalen Partnern, Gesellschaften, an denen finanzielle Beteiligungen gehalten werden, und Hotels, mit denen Managementverträge bestehen. Der Bereich betrieb zum Ende September 2009 insgesamt 243 Hotels mit einer Kapazität von rund 154 000 Betten, wobei der Großteil der Anlagen der 4- und 5-Sterne-Kategorie angehört. Die Anzahl der Übernachtungen

in Hotels von TUI Hotels & Resorts nahm demgegenüber im Rumpfgeschäftsjahr 2009 um 4 % auf 15,6 Mio. ab. Das Geschäft entwickelte sich innerhalb der einzelnen Hotelgruppen und regional unterschiedlich.

Umsatz und Ergebnis

Kennzahlen TUI Hotels & Resorts

Mio €	RGJ 2009	9M 2008	Veränd. %	2008
Umsatz	276,2	290,1	- 4,8	370,7
Sparten-EBITA	123,1	132,9	- 7,4	156,2
Abgangsergebnisse	-	-		+ 3,8
Restrukturierung	-	-		-
Kaufpreisallokation	-	-		-
Einzelsachverhalte	-	-		-
Bereinigtes Sparten-EBITA	123,1	132,9	- 7,4	160,0
Investitionen	46,8	140,4	- 66,7	160,3
Mitarbeiter (30.9.)	13 832	13 167	+ 5,1	10 989 ^{*)}

*) 31. Dezember

Im Bereich TUI Hotels & Resorts erreichte der konsolidierte Umsatz 0,3 Mrd. € und fiel damit um 5 % gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Die Anzahl der verkauften Hotelübernachtungen nahm unter anderem konjunkturbedingt gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum ab. Bei um insgesamt 5 % ausgebauten Kapazitäten entwickelte sich die Auslastung der Anlagen im Rumpfgeschäftsjahr rückläufig. Die durchschnittlichen Erlöse pro Bett stiegen hingegen gegenüber den Vorjahreswerten an.

Das bereinigte Ergebnis lag mit 123 Mio. € um 7 % unter dem vergleichbaren Vorjahreswert. In diesem Rückgang spiegeln sich neben Belastungen durch die „Schweinegrippe“ geringere Gästezahlen aus den großen Quellmärkten wider, die durch Kosteneinsparungen teilweise kompensiert werden konnten.

In dem berichteten Ergebnis des Hotelbereichs sind keine Sondereinflüsse enthalten.

TUI Hotels & Resorts

Hotelmarke	Kapazität (in Tsd.) ¹⁾			Auslastung (%) ²⁾			Durchschnittl. Erlös pro Bett (€) ³⁾		
	RGJ 2009	9M 2008	Veränd. %	RGJ 2009	9M 2008	Veränd. %-Punkte	RGJ 2009	9M 2008	Veränd. %
Riu	12 358	11 546	+ 7,0	80,7	88,6	- 7,9	47,21	45,84	+ 3,0
Grupotel	732	737	- 0,7	77,6	82,5	- 4,9	44,45	43,61	+ 1,9
Robinson	2 273	1 996	+ 13,9	65,6	74,4	- 8,8	80,64	76,71	+ 5,1
Magic Life ⁴⁾	2 304	2 391	- 3,6	73,7	78,0	- 4,3	42,85	42,91	- 0,1
Iberotel	2 062	2 068	- 0,3	60,9	66,5	- 5,6	35,96	33,57	+ 7,1
Grecotel	562	623	- 9,8	85,2	87,0	- 1,8	72,64	72,41	+ 0,3
Dorfhotel ⁵⁾	167	163	+ 2,5	63,1	64,8	- 1,7	35,78	35,44	+ 1,0
aQi	54	–	–	32,2	–	–	54,56	–	–
Gesamt	20 512	19 524	+ 5,1	76,0	83,0	- 7,0	49,64	48,03	+ 3,4

¹⁾ Anzahl der Betten in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels, multipliziert mit Öffnungstagen pro Jahr

²⁾ Belegte Betten, dividiert durch Kapazität

³⁾ Arrangement-Umsatz, dividiert durch belegte Betten

⁴⁾ Aufgebener Geschäftsbereich

⁵⁾ Kennzahlen beziehen sich auf die zwei im Eigentum befindlichen Hotels

Riu

Riu, eine der führenden spanischen Hotelketten, betrieb im Berichtszeitraum 99 Häuser. Die Kapazitäten wurden im Rumpfgeschäftsjahr 2009 gegenüber dem Vorjahr um 7 % auf 12,4 Mio. verfügbare Hotelbetten ausgebaut. Im Mai und Juni waren sieben Hotels in Mexiko wegen der durch die „Schweinegrippe“ beeinträchtigten Nachfrage geschlossen. Trotz dieser vorübergehenden Schließung wurde auf Grund eines strikten Kostenmanagements das Ergebnis der Riu Gruppe stabil gehalten. Die durchschnittliche Auslastung der Riu Hotels ging gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum um 8 Prozentpunkte auf 81 % zurück. Der im Durchschnitt erzielte Erlös pro Bett hingegen nahm um 3 % zu. Dies war im Wesentlichen auf den gestiegenen Kurs des US-Dollar zurückzuführen.

Kanarische Inseln

Auf den Kanarischen Inseln ging die durchschnittliche Auslastung der Riu Hotels gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 7 Prozentpunkte auf 84 % zurück. Neben den weltweit eingetrübten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen führten auch die geringeren Veranstalterkapazitäten zu diesem Belegungsrückgang. Insbesondere aus dem britischen Markt waren die Buchungszahlen – bedingt durch das schwache Britische Pfund – rückläufig.

Balearen

Die Riu Hotels auf den Balearen verzeichneten mit 82 % eine nur leicht um 2 Prozentpunkte unter dem Vorjahreszeitraum liegende Auslastung. Diese verhältnismäßig positive Entwicklung war insbesondere auf die stabilen Veranstalterkapazitäten bei einem geringeren Anteil englischer Gäste als in den anderen spanischen Zielgebieten zurückzuführen.

Spanisches Festland

Auf dem Spanischen Festland verringerte sich die durchschnittliche Auslastung der Riu Hotels gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 5 Prozentpunkte auf 78 %. Die Gründe für diese Entwicklung waren einerseits die gezielte Verknappung von Flugkapazitäten seitens der Veranstalter sowie andererseits der aus Sicht des britischen Quellmarkts ungünstige Wechselkurs des Britischen Pfund.

Ferndestinationen

Bei den Ferndestinationen (Mexiko, Jamaika, Dominikanische Republik, Bahamas und USA) erzielten die Riu Hotels eine durchschnittliche Auslastung von 78 %. Dies entspricht einem Rückgang um 11 Prozentpunkte gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Neben einer schwächeren Nachfrage aus den USA auf Grund des

schwierigen wirtschaftlichen Umfelds beeinträchtigen Buchungstornierungen als Folge der „Schweinegrippe“ die Geschäftsentwicklung.

Grupotel

Im Berichtszeitraum betrieb die Grupotel-Kette 33 Häuser auf Mallorca, Menorca und Ibiza mit 13 104 Betten. Grupotel erreichte bei einer geringeren Kapazität eine Auslastung von 78 % und lag damit um 5 Prozentpunkte unter dem Vorjahreszeitraum. Der im Durchschnitt erzielte Erlös pro Bett konnte gegenüber dem Vorjahresniveau leicht gesteigert werden.

Robinson

Der Markt- und Qualitätsführer für Cluburlaub im Premiumsegment betrieb im Rumpfgeschäftsjahr 2009 insgesamt 23 Clubanlagen mit 12 366 Betten in zehn Ländern. Durch die Inbetriebnahme drei neuer Anlagen in Marokko, Portugal und der Türkei stieg die Kapazität gegenüber dem Vorjahr deutlich an. Während die Anlagen in Marokko, Portugal und Spanien geringere Belegungen verzeichneten, knüpften die Clubs in der Türkei, der Schweiz, in Österreich, in Griechenland und in Italien an das Auslastungsniveau des Vorjahres an. Insgesamt führte dies zu einer gegenüber dem Vorjahreszeitraum rückläufigen Auslastung. Der durchschnittliche Erlös pro Bett lag um 5 % über dem vergleichbaren Vorjahreswert.

Magic Life (Aufgegebener Geschäftsbereich)

Magic Life, die All-Inclusive Clubmarke, betrieb im Berichtszeitraum 14 Anlagen, vorwiegend in der Türkei, in Ägypten und in Tunesien. Die Gesamtbettenanzahl betrug 12 238. Die angebotene Kapazität nahm durch die spätere Öffnung zweier Anlagen in Tunesien im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 4 % ab. Bedingt durch die schwächere Nachfrage aus dem belgischen und russischen Quellmarkt sank die Auslastung um 4 Prozentpunkte. Der durchschnittliche Erlös pro Bett lag auf dem Niveau des vergleichbaren Vorjahreszeitraums.

Iberotel

Im Rumpfgeschäftsjahr 2009 verfügte Iberotel über 24 Hotels in Ägypten, den Vereinigten Arabischen Emiraten sowie in Deutschland mit insgesamt 13 821 Betten. Die Auslastung der Iberotels lag mit 61 % um 6 Prozentpunkte unter dem Vorjahreszeitraum. Die durchschnittlichen Erlöse pro Bett entwickelten sich positiv und lagen mit 7 % über dem Niveau des Vorjahreszeitraums.

Greotel

Greotel als führende griechische Hotelgesellschaft betrieb 2009 in Griechenland 20 Ferienanlagen mit insgesamt 10 127 Betten. Die gegenüber dem Vorjahr rückläufige Kapazität war darauf zurückzuführen, dass einige Hotelanlagen auf Grund der Buchungslage erst später in der Saison geöffnet wurden. Die Auslastung verringerte sich um 2 Prozentpunkte und betrug 85 %. Die durchschnittlichen Erlöse stiegen gegenüber dem Vorjahreszeitraum leicht an.

Dorfhotel

Die zwei im Eigentum befindlichen Dorfhoteles in Österreich erzielten bei einer leicht rückläufigen Auslastung in 2009 im Vorjahresvergleich steigende Durchschnittserlöse pro Bett. Weitere im Management betriebene Dorfhoteles befinden sich im Land Fleesensee, auf Sylt und an der Ostseeküste in Boltenhagen. Da die Dorfhoteles im Wesentlichen Familienzimmer bzw. Apartments mit entsprechend höherer Bettenanzahl anbieten, lagen die durchschnittlichen Erlöse, die im Vorjahresvergleich leicht stiegen, unter denen der anderen TUI Hotelmarken, die überwiegend Zweibettzimmer offerieren.

aQi

Das erste Hotel der Lifestyle-Hotelmarke aQi hat eine Auslastung von 32 % erreicht, da das Sommergeschäft deutlich unter den Erwartungen lag. Die Durchschnittserlöse pro Bett für das Hotel im Budget-Leisure-Segment fielen zufrieden stellend aus.

Kreuzfahrten

Der Bereich Kreuzfahrten umfasst neben Hapag-Lloyd Kreuzfahrten das Gemeinschaftsunternehmen TUI Cruises.

Kennzahlen Kreuzfahrten

Mio €	RGJ 2009	9M 2008	Veränd. %	2008
Umsatz	142,0	155,5	- 8,7	200,0
Sparten-EBITA	1,3	11,2	- 88,4	6,8
Abgangsergebnisse	-	-	-	-
Restrukturierung	-	-	-	-
Kaufpreisallokation	-	-	-	-
Einzelsachverhalte	-	-	-	-
Bereinigtes Sparten-EBITA	1,3	11,2	- 88,4	6,8
Investitionen	4,6	4,0	+ 15,0	5,2
Mitarbeiter (30.9.)	219	207	+ 5,8	209 ¹⁾
Auslastung				
Hapag-Lloyd Kreuzfahrten (in %)	76	80	- 3,8 ²⁾	80
TUI Cruises (in %)	83	-	-	-

¹⁾ 31. Dezember

²⁾ in Prozentpunkten

Umsatz und Ergebnis

Der Umsatz des Bereichs Kreuzfahrten nahm im Rumpfgeschäftsjahr 2009 gegenüber den ersten neun Monaten des Vorjahres um 9 % ab. Diese Entwicklung ist allein auf Hapag-Lloyd Kreuzfahrten zurückzuführen, da das Gemeinschaftsunternehmen TUI Cruises im Konzernabschluss lediglich at Equity bewertet wird und somit hier keine Umsätze ausgewiesen werden. Hapag-Lloyd Kreuzfahrten konnte auf Grund schwächerer Buchungen in 2009 nicht an die guten Vorjahreswerte anknüpfen.

In dem Ergebnis 2009 des Bereichs Kreuzfahrten sind anteilige Vorlaufkosten von TUI Cruises in Höhe von - 4 Mio. € enthalten. Bereinigungen waren nicht vorzunehmen.

Hapag-Lloyd Kreuzfahrten

Das Geschäft von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten war durch die angespannte Wirtschaftslage geprägt, die sich negativ auf die Buchungsentwicklung auswirkte. Der Trend zur kurzfristigen Buchungsentscheidung setzte sich verstärkt auch im Kreuzfahrtgeschäft durch. Die Flotte, die im Rumpfgeschäftsjahr unverändert aus den vier Kreuzfahrtschiffen „Europa“, „Columbus“, „Hanseatic“ und „Bremen“ bestand, war mit 76 % insgesamt geringer ausgelastet als im Vorjahr (80 %). Die Durchschnittsrate pro Tag und Passagier lag mit 427 € leicht oberhalb des Vorjahresniveaus. Insgesamt wurden 241 884 Passagiertage realisiert.

TUI Cruises

Das Rumpfgeschäftsjahr der TUI Cruises, dem in 2008 gegründeten Joint Venture zwischen der TUI AG und Royal Caribbean Cruises, war durch die Indienstellung des ersten Schiffes im Mai 2009 gekennzeichnet. Die Nachfrage für die seit September 2008 buchbaren Kreuzfahrten zog im Jahresverlauf an und wurde zusätzlich durch unterschiedliche Marketingmaßnahmen, wie die Einführung von Paketangeboten oder flexible Preismodelle, belebt. Insgesamt war die „Mein Schiff“ seit Inbetriebnahme mit 83 % ausgelastet, es wurden 212 033 Passagiertage verbucht. Die durchschnittliche Rate pro Passagier und Tag betrug 174 €.

Zentralbereich

Der Zentralbereich umfasst die Corporate-Center-Funktionen der TUI AG und der Zwischenholdings sowie die sonstigen operativen Bereiche, die sich im Wesentlichen aus den Immobiliengesellschaften des Konzerns zusammensetzen.

Kennzahlen Zentralbereich

Mio €	RGJ 2009	9M 2008	Veränd. %	2008
Umsatz	49,3	64,8	- 23,9	85,8
Ergebnis der Holdings	- 41,6	- 8,3	- 401,2	- 67,7
Sonstige operative Bereiche	2,6	8,7	- 70,1	15,1
Sparten-EBITA	- 39,0	0,4	n. a.	- 52,6
Abgangsergebnisse	-	-	-	- 1,8
Restrukturierung	-	-	-	-
Kaufpreisallokation	-	-	-	-
Einzelsachverhalte	-	-	-	-
Bereinigtes Sparten-EBITA	- 39,0	0,4	n. a.	- 54,4
Investitionen	8,6	4,6	+ 87,0	6,4
Mitarbeiter (30.9.)	675,0	762,0	- 11,4	665 ^{*)}

*) 31. Dezember

Das bereinigte Ergebnis des Zentralbereichs betrug im Rumpfgeschäftsjahr 2009 - 39 Mio. €. Der Ergebnismrückgang um 39 Mio. € gegenüber den ersten neun Monaten des Vorjahres ist insbesondere auf eine im Vorjahr vorgenommene Auflösung nicht mehr benötigter Vorsorgen zurückzuführen.

Informationen über den operativen Geschäftsverlauf der Containerschifffahrt

Die nach dem Verkauf der Containerschifffahrt eingegangene Beteiligung von 43,33 % an der „Albert Ballin“ Joint Venture GmbH & Co. KG wird seit dem zweiten Quartal 2009 at Equity im TUI Konzernabschluss bewertet. Da es sich bei der Beteiligung an der „Albert Ballin“ aus Sicht der TUI AG um eine Finanzbeteiligung handelt, ist das anteilige Equity-Ergebnis kein Bestandteil der operativen Steuerungsgröße EBITA des TUI Konzerns.

In der nachfolgenden Tabelle ist die Containerschifffahrt nachrichtlich aus Sicht der Hapag-Lloyd AG auf einer 100-Prozent-Basis dargestellt.

Kennzahlen Containerschifffahrt

Mio €	RGJ 2009	9M 2008	Veränd. %	2008
Umsatz	3 293,8	4 631,7	- 28,9	6 219,8
EBITA	- 565,0	148,9	n. a.	133,3
Abgangsergebnisse	- 296,3	-		-
Restrukturierung	+ 18,4	+ 5,7		+ 7,1
Kaufpreisallokation	+ 42,7	+ 56,6		+ 71,4
Einzelsachverhalte	+ 125,6	+ 0,7		- 0,7
Bereinigtes EBITA	- 674,6	211,8	n. a.	211,1

Umsatz und Ergebnis

Der Umsatz der Containerschifffahrtsaktivitäten nahm im Rumpfgeschäftsjahr 2009 um 36 % auf rund 3,3 Mrd. € ab. Diese Entwicklung resultierte im Wesentlichen aus dem rückläufigen Transportvolumen und einem gesunkenen Frachtrateniveau.

Das bereinigte Ergebnis nahm im Berichtszeitraum um 886 Mio. € auf - 675 Mio. € ab. Im Rumpfgeschäftsjahr 2009 waren per Saldo Sondereffekte in Höhe von 110 Mio. € zu bereinigen. Vor Bereinigung dieser Sondereffekte ergab sich ein Ergebnis von - 565 Mio. € und damit ein Rückgang von 714 Mio. € im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum. Die im Jahresverlauf wieder anziehenden Bunkerpreise beeinträchtigten die Ergebnisentwicklung von Hapag-Lloyd. Dem gegenüber standen Entlastungen, die aus den Anfang 2009 beschlossenen und in den Folgemonaten erfolgreich umgesetzten Kosteneinsparungs- und Restrukturierungsmaßnahmen resultierten.

Entwicklung der Transportmengen und Frachtraten

Transportmengen und Frachtraten Hapag-Lloyd

		RGJ 2009	9M 2008	Veränd. %	2008
Transportmengen	in Tsd TEU	3 494	4 229	- 17,4	5 546
Frachtraten	in US-\$/TEU	1 220	1 581	- 22,8	1 590

Das Transportvolumen betrug im Rumpfgeschäftsjahr 3,5 Mio. TEU und unterschritt damit den Wert des vergleichbaren Vorjahreszeitraums um 17 %. Das Frachtrateniveau lag durchschnittlich bei 1 220 US-Dollar/TEU. Dies entsprach einem Rückgang im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 23 %.

Ursache für die Rückgänge der Transportmengen sowie der durchschnittlichen Frachtraten war der durch die Finanzmarktkrise ausgelöste globale wirtschaftliche Abschwung. Der infolge des nachlassenden Konsums einsetzende Rückgang des weltweiten Transportaufkommens verschärfte den Wettbewerb um die verbliebenen Transportmengen und setzte damit auch die Frachtraten unter Druck. Besonders stark betroffen vom Rückgang der Nachfrage nach Konsumgütern waren die Transporte in den Fahrtgebieten Fernost und Atlantik. Darüber hinaus führte in geringerem Umfang auch eine selektive Ladungssteuerung nach Rentabilitätskriterien zu Mengenrückgängen. Bei den Frachtraten konnten nach Tiefständen im Sommer 2009 in allen Fahrtgebieten zum Ende des Rumpfgeschäftsjahres wieder Steigerungen durchgesetzt werden, so dass die Geschäftsentwicklung ab dem dritten Quartal besser als erwartet ausfiel.