

2008 – Operative Ergebnisse gesteigert. Mehrheit an der Containerschiffahrt verkauft. Solide Liquiditäts- und Finanzsituation des Konzerns. Höhere Synergien bei TUI Travel.

2008 im Überblick

Operative Ergebnisse in der Touristik und der Containerschiffahrt gesteigert

Der TUI Konzern hat das erste volle Geschäftsjahr nach der Gründung von TUI Travel erfolgreich abgeschlossen. Im Kerngeschäftsfeld Touristik führten insbesondere die gute operative Entwicklung von TUI Travel sowie die erstmalig ganzjährige Einbeziehung der Aktivitäten von First Choice zu einem deutlichen Anstieg des bereinigten Ergebnisses.

Belastet wurde das Ergebnis von TUI Travel durch höhere Energiekosten und die schwächeren Notierungen des Britischen Pfund. Der Bereich TUI Hotels & Resorts wurde in seinem Hotelgeschäft in Nordamerika und der Karibik durch den im Jahresdurchschnitt schwächeren Kurs des US-Dollar belastet. Bei den Kreuzfahrten standen einer guten operativen Entwicklung von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten in 2008 Vorlaufkosten für den Aufbau des Geschäftsbetriebs von TUI Cruises gegenüber.

Die Containerschiffahrt hat in einem sich im Jahresverlauf eintrübenden Marktumfeld in 2008 sowohl die transportierte Menge als auch die erzielten durchschnittlichen Frachtraten gesteigert und dadurch ein, auch im Branchenvergleich beachtliches, Ergebniswachstum erzielt. Dabei wurde das Geschäft bis zum Ende des dritten Quartals durch die bis dahin deutlich ansteigenden Treibstoffkosten belastet. Zum Jahresende führten die weltweiten Produktionskürzungen infolge der Finanz- und Wirtschaftskrise zu einer deutlichen Abnahme des Frachtvolumens.

In 2008 haben die planmäßigen Integrationsbelastungen aus der Fusion der TUI Touristik-Sparte und First Choice sowie Aufwendungen im Zusammenhang mit der strategischen Neuausrichtung der Flugaktivitäten von TUI Travel zu einer deutlichen Differenz zwischen dem operativen und dem berichteten Ergebnis geführt. Wegen dieser Vorleistungen, die in den Folgejahren eine nachhaltige und deutliche Steigerung der Ertragskraft bewirken sollen, fiel das Konzernergebnis in 2008 mit - 142 Mio. € negativ aus. Vor diesem Hintergrund werden Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung der TUI AG in 2009 vorschlagen, die Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2008 auszusetzen.

Mehrheit an der Containerschiffahrt verkauft

Im März 2008 haben Vorstand und Aufsichtsrat der TUI AG die Trennung der Containerschiffahrt aus dem Konzern beschlossen. Nach Abschluss eines Bieterverfahrens hat die TUI AG im Oktober 2008 den Verkauf sämtlicher Anteile der Hapag-Lloyd AG an eine Tochtergesellschaft der Albert Ballin KG, Hamburg, zu einem Unternehmenswert von 4,45 Mrd. € vereinbart.

Mit diesem Verkaufspreis wurde in einem schwierigen Marktumfeld ein an dessen langfristigen Ertragsaussichten orientierter Wert für die Containerschiffahrt erzielt.

Im Rahmen der Transaktion wird die TUI AG von der Albert Ballin KG eine unternehmerische Beteiligung von 43,33 % an der neuen Gesellschaft zu einem Kaufpreis von 910 Mio. € übernehmen. Die TUI AG kann über ihre Anteile an der Gesellschaft frei verfügen. Die Mitgesellschafter haben ein Vorkaufsrecht. Darüber hinaus hat die TUI AG ein Andienungsrecht der Anteile gegenüber den übrigen Gesellschaftern, das erstmalig zum 1. Januar 2012 ausgeübt werden kann.

Solide Liquiditäts- und Finanzsituation des Konzerns

Mit dem mehrheitlichen Verkauf der Containerschiffahrtsaktivitäten im Oktober 2008 wurde das Portfolio des TUI Konzerns neu ausgerichtet. Die sich nach dem Verkauf der Mehrheit an der Hapag-Lloyd AG ergebende Liquiditäts- und Finanzsituation des Konzerns eröffnet auf Sicht Investitionsmöglichkeiten für den weiteren Ausbau des touristischen Geschäfts der TUI AG.

Jährliches Synergiepotenzial bei TUI Travel auf 175 Mio. Britische Pfund erhöht

Die aus der Fusion der Vertriebs-, Veranstalter-, Flug- und Zielgebietsaktivitäten des TUI Konzerns mit First Choice hervorgegangene TUI Travel hat ihr erstes volles operatives Jahr sehr erfolgreich abgeschlossen. In 2008 wurden die definierten Maßnahmenpakete umgesetzt, um das Geschäftsmodell weiter zu flexibilisieren und die Ertragskraft des Geschäfts zu erhöhen. Der Integrations- und Restrukturierungsprozess kam in 2008 schneller voran als erwartet. Das jährliche Synergiepotenzial, das ab 2011 angestrebt wird, wurde gegenüber dem bisherigen Zielwert um 25 Mio. auf 175 Mio. Britische Pfund angehoben.

Konzernstruktur



Nach dem erfolgreichen mehrheitlichen Verkauf der Containerschiffahrt ist die TUI AG sowohl in der externen Kapitalmarktwahrnehmung als auch in der internen Steuerung des Konzerns ein Touristikunternehmen geworden. Die neue Konzernstruktur umfasst innerhalb der Touristik TUI Travel, TUI Hotels & Resorts sowie den Bereich Kreuzfahrten, der bis dahin in der Sparte Schifffahrt geführt wurde. Die Containerschiffahrtsaktivitäten wurden ab dem ersten Quartal 2008 als aufgebener Geschäftsbereich nach IFRS 5 definiert und entsprechend umgegliedert.

TUI AG

Die TUI AG ist die Obergesellschaft des Konzerns und hat ihren Geschäftssitz in Hannover. Sie hält über Beteiligungsgesellschaften direkt oder indirekt Beteiligungen an den wesentlichen Konzerngesellschaften, die das operative Geschäft des Konzerns in den einzelnen Ländern betreiben. Insgesamt gehörten am Bilanzstichtag 763 unmittelbare und mittelbare Tochterunternehmen zum Konsolidierungskreis der TUI

Obergesellschaft des Konzerns

AG, davon waren 46 inländische Gesellschaften, 717 hatten ihren Sitz im Ausland. Zudem wurden 16 assoziierte Unternehmen und 33 Gemeinschaftsunternehmen nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss der TUI AG einbezogen.

Organisation und Leitung

Die TUI AG ist eine Aktiengesellschaft deutschen Rechts, dessen Grundprinzip das duale Führungssystem mit den Organen Vorstand und Aufsichtsrat ist. Vorstand und Aufsichtsrat arbeiten bei der Steuerung und Überwachung des Unternehmens eng zusammen. Dabei trägt der Vorstand Gesamtverantwortung für die Leitung des Unternehmens.

Die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands richtet sich nach §§ 84 f. AktG in Verbindung mit § 31 MitbestG. Satzungsänderungen erfolgen nach den Regelungen der §§ 179 ff. AktG in Verbindung mit § 24 der Satzung der TUI AG.

Vorstandsstruktur

Der Vorstand der TUI AG bestand zum Bilanzstichtag aus fünf Mitgliedern: dem Vorstandsvorsitzenden sowie vier weiteren Vorständen mit den Ressorts Touristik, Finanzen, Controlling sowie Personal und Recht.

TUI Travel

TUI Travel ist in 2007 aus der Fusion der Vertriebs-, Veranstalter-, Flug- und Zielgebietsaktivitäten des TUI Konzerns mit denen der ehemaligen britischen First Choice Holidays PLC entstanden.

Die TUI Travel PLC hat ihren Sitz in Großbritannien und ist seit dem 3. September 2007 an der Londoner Börse gelistet. Die TUI AG hielt zum Bilanzstichtag mit rund 51 Prozent die Stimmrechtsmehrheit an dieser Tochtergesellschaft.

TUI Travel ist in 180 Ländern weltweit aktiv und betreut über 30 Millionen Kunden in 25 Quellmärkten. Ihr Geschäft gliedert sich in die vier Bereiche Mainstream, Specialist & Emerging Markets, Activity und Online Destination Services.

Mainstream

Der Bereich Mainstream ist der größte innerhalb der TUI Travel und umfasst den Verkauf von Flug-, Unterkunfts- und sonstigen touristischen Dienstleistungen, sowohl als Einzelkomponenten wie als Pauschalreise. In diesem Bereich sind verschiedene vertikal integrierte Reiseveranstalter wie Thomson, First Choice und TUI Deutschland zusammengefasst. Die Aktivitäten sind in die drei Quellmärkte Europa Mitte, Europa Nord und Europa West untergliedert.

Specialist & Emerging Markets

Der Bereich Specialist & Emerging Markets umfasst rund 40 Spezialveranstalter, die in Europa, Nordamerika und stark wachsenden Märkten, wie beispielsweise Russland, tätig sind. Das von den Spezialveranstaltern angebotene Produktportfolio beinhaltet Reisen in bestimmte Zielgebiete (Destination), besonders hochwertige Reisen wie zum Beispiel Kreuzflüge (Premium) sowie Angebote für bestimmte Zielgruppen, beispielsweise Studenten (Lifestages).

Activity

Der Bereich Activity umfasst Reiseunternehmen in Europa, Nordamerika und Australien, die den Geschäftssegmenten Marine, Adventure sowie Ski, Student & Sport zugeordnet sind. Im Unterbereich Marine werden Anbieter für Charterschiffe gebündelt. Das Segment Adventure beinhaltet unter anderem Polarkreuzfahrten und geführte Studienreisen. Im Segment Ski, Student & Sport sind Anbieter für Ski- und andere Sportreisen zusammengefasst.

Online Destination Services

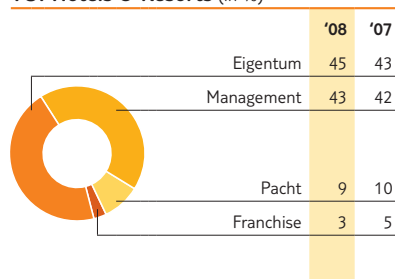
Der Bereich Online Destination Services umfasst Aktivitäten in Europa, Nordamerika sowie Asien und teilt sich in drei Unterbereiche. Innerhalb der Geschäftskunden- sparte (B2B) werden zum einen über das Internet Hotels und Apartments an Groß- abnehmer, wie Reisebüros und Reiseveranstalter, vermittelt. Daneben werden von regional tätigen Zielgebietsagenturen klassische Zielgebietsleistungen, wie der Trans- fer und die Betreuung von Urlaubsgästen, für Reiseveranstalter und die Kreuzfahrt- industrie erbracht. In der Endkundensparte (B2C) werden Unterkünfte über ver- schiedene Internetplattformen an Einzelkunden vermittelt.

TUI Hotels & Resorts

TUI Hotels & Resorts in Hannover führt den Hotelbereich des TUI Konzerns. Zum Geschäftsbereich zählen Hotelgesellschaften, an denen Mehrheitsbeteiligungen bestehen, Joint Ventures mit lokalen Partnern, Gesellschaften, an denen finanzielle Beteiligungen gehalten werden, und Hotels, für die Managementverträge abgeschlos- sen wurden. Als Bindeglied zwischen den Veranstaltern und den Hotelpartnern sorgt TUI Hotels & Resorts für die starke Positionierung der Hotelmarken innerhalb des Konzerns und gegenüber dem Wettbewerb. Neben strategischer Planung, der Ent- wicklung zukunftsgerichteter Hotelformate und operativer Unterstützung werden auch Marketing- und Vertriebsaktivitäten sowie ökologisches und soziales Engage- ment der Hotelgesellschaften koordiniert.

Finanzierungsstruktur

TUI Hotels & Resorts (in %)



Der Geschäftsbereich TUI Hotels & Resorts umfasste im Jahr 2008 insgesamt 238 Hotels mit rund 149 000 Betten. Von den 238 Häusern waren 210 Vier- oder Fünf- Sterne-Hotels. 45 % befanden sich im Eigentum der jeweiligen Hotelgesellschaft, 43 % wurden im Rahmen von Manage- mentverträgen betrieben, 9 % waren gepachtet. 3 % der Anlagen wurden über Franchisevereinbarungen geführt.

TUI Hotels & Resorts

Hotelmarke	3 Sterne	4 Sterne	5 Sterne	Hotels gesamt	Betten	Hauptstandorte
Riu	9	63	26	98	76 271	Spanien, Mexiko, Karibik, Tunesien, Kapverden
Grupotel	15	16	2	33	13 104	Spanien
Robinson	0	19	3	22	11 804	Spanien, Griechenland, Türkei, Schweiz, Österreich
Magic Life	2	10	1	13	11 596	Türkei, Ägypten, Tunesien, Griechenland
Iberotel	0	14	6	20	11 465	Ägypten, Türkei, Deutschland
Grecotel	0	10	10	20	10 127	Griechenland
Dorfhotel	0	5	0	5	2 923	Deutschland, Österreich
Übrige Hotelbeteiligungen	2	17	8	27	12 134	Ägypten, Österreich
Gesamt	28	154	56	238	149 424	

Stand: 31. Dezember 2008



Riu ist die größte Hotelgesellschaft im Portfolio von TUI Hotels & Resorts. Das Unternehmen mit Sitz auf Mallorca hat einen hohen Stammkundenanteil und steht für Professionalität und exzellenten Service. Die Hotels gehören hauptsächlich dem Premium- und Komfortsegment an und befinden sich im Wesentlichen in Spanien, Mexiko und in der Karibik.



Grupotel mit Sitz auf Mallorca ist eine der bedeutendsten Hotelgruppen auf den Balearen. Das Angebot umfasst Apartments, Aparthotels und Luxusanlagen. Im Wesentlichen sind die Häuser im Komfortsegment angesiedelt.

ROBINSON 

Robinson, der Qualitäts- und Marktführer im Premiumsegment für Cluburlaub, zeichnet sich durch sein professionelles Sport-, Entertainment- und Eventangebot aus. Die Clubs bieten darüber hinaus hochwertige Hotelleistungen, erstklassigen Service und großzügige Architektur. Die Hauptstandorte der Hotels sind in Spanien, Griechenland, der Türkei sowie in der Schweiz und in Österreich. Einen hohen Anspruch haben die Häuser auch im Hinblick auf ihr Engagement für nachhaltige Entwicklung sowie bei der Erfüllung spezifischer Umweltnormen.



Magic Life ist die All Inclusive-Clubmarke von TUI Hotels & Resorts. Für Familien mit Kindern wird ein Urlaubskonzept mit einem ausgewogenen Preis-Leistungsverhältnis und Unterhaltungsprogrammen in internationalem Umfeld angeboten. Hauptstandorte der auf das Komfortsegment ausgerichteten Clubanlagen sind die Türkei, Ägypten sowie Tunesien.



Die Iberotel-Anlagen bieten umfassenden Hotelkomfort und eine ausgezeichnete Gastronomie. Die überwiegend in Ägypten und in der Türkei gelegenen Premium-hotels bieten ein hohes Produktniveau durch die Einhaltung entsprechender Qualitäts-, Sicherheits- und Umweltstandards. In 2008 wurde mit dem Iberotel Boltenhagen erstmals eine Anlage in Deutschland eröffnet.



Grecotel ist ein führender Premiumanbieter unter den griechischen Hotelmarken. Das auf traditioneller Hotelführung basierende Konzept stellt Kultur- und Umweltaspekte in den Vordergrund. Grecotel-Anlagen zeichnen sich durch ihre Strandlage, eine moderne Architektur sowie eine hochwertige Gastronomie aus.



Die Dorfhoteles liegen in Deutschland und Österreich. Sie verbinden die Vorteile von komplett ausgestatteten Ferienappartements mit dem Komfort eines modernen Ferienhotels. Eingebunden in die Natur mit landestypischer, dörflicher Architektur bietet Dorfhotel vielfältige Möglichkeiten für Familien und Naturliebhaber.



Mit der Neueröffnung des ersten aQi Hotels in Schladming im Dezember 2008 stieg TUI Hotels & Resorts in das Geschäftsfeld der Budget-Ferienhotellerie ein. Unter dieser Produktlinie wird zukünftig dem Gast an ausgewählten Standorten Urlaub zu einem attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis geboten.



Das in 2007 gestartete Entwicklungsprojekt „Toscana Resort Castelfalfi“ umfasst ein elf Quadratkilometer großes Grundstück in der Toskana mit einem mittelalterlichen Dorf sowie einem Golfplatz. Hier sollen weitere touristische Anlagen entstehen. Neben Ferienwohnungen und Villen sind Hotels der Marken Robinson und Iberotel geplant. Im Vordergrund stehen dabei der Einsatz erneuerbarer Energien und die Versorgung der Gäste durch Produkte der eigenen Agrarwirtschaft.

Kreuzfahrten

Der Bereich Kreuzfahrten umfasst neben Hapag-Lloyd Kreuzfahrten die im Aufbau befindlichen Aktivitäten von TUI Cruises.



Die Hapag-Lloyd Kreuzfahrten GmbH hat ihren Sitz in Hamburg und ist mit ihren vier Kreuzfahrtschiffen im Markt für Premium- und Luxuskreuzfahrten aktiv. Das Angebot ist auf Lifestyle- und Expeditionskreuzfahrten für den deutschsprachigen Markt ausgerichtet.

Flaggschiff ist das 5-Sterne-Plus-Schiff „Europa“. Es erhielt diese Auszeichnung des Berlitz Cruise Guide zum neunten Mal in Folge und als einziges Schiff weltweit. Die „Europa“ geht vorwiegend auf Weltreisen. Die „Columbus“, ein 3-Sterne-Plus-Schiff, kreuzt ebenfalls auf allen sieben Weltmeeren, sie kann zudem als einziges Hochseekreuzfahrtschiff die Großen Seen in Nordamerika befahren. Die „Hanseatic“ unternimmt unter anderem Expeditionskreuzfahrten in die Arktis und Antarktis. Sie ist das weltweit einzige 5-Sterne-Passagierschiff, das mit der höchsten Eisklasse ausgestattet ist. Die „Bremen“, ein 4-Sterne-Schiff – ebenfalls mit höchster Eisklasse – steuert ähnliche Reiseziele an. Sie hat in 2008 erneut die Nordwestpassage durchquert.



TUI Cruises, ein Gemeinschaftsunternehmen der TUI AG und der US-amerikanischen Reederei Royal Caribbean Cruises Ltd., ist in 2008 gegründet worden. Die Gesellschaft mit Sitz in Hamburg bietet ab Mai 2009 Kreuzfahrten für den gehobenen deutschsprachigen Markt an. Mit ihrem Konzept richtet sich TUI Cruises vor allem an Paare und Familien, für die Freiraum, Großzügigkeit, Qualität und Service auf einer Kreuzfahrt im Mittelpunkt stehen.

Das erste Schiff der Flotte ist ein 4-Sterne-Plus-Schiff, das im Mai 2009 getauft wird. In der ersten Saison bietet TUI Cruises von Mai bis September 2009 Nordland- und Ostseekreuzfahrten an. Von September bis Anfang November 2009 nimmt das Schiff dann Kurs auf das westliche Mittelmeer. Kreuzfahrten durch die Karibik wird es von November 2009 bis März 2010 geben.

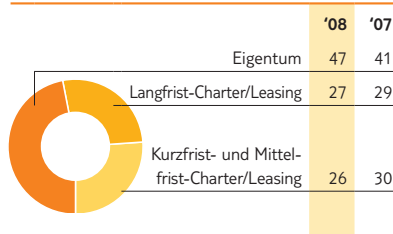


Containerschiffahrt (Aufgegebener Geschäftsbereich)

Die Hapag-Lloyd AG mit Sitz in Hamburg ist die fünftgrößte Containerreederei der Welt. Hapag-Lloyd ist weltweit an über 320 Standorten vertreten.

Finanzierungsstruktur

Containerschifflotte (in %)



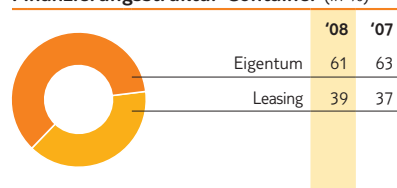
Die Hapag-Lloyd-Flotte umfasste zum 31. Dezember 2008 insgesamt 128 Containerschiffe. Davon befanden sich 60 im Eigentum des Konzerns, während 35 Schiffe im Rahmen von längerfristigen Leasing- und Charterverträgen betrieben wurden. Außerdem setzte Hapag-Lloyd 33 kurzfristig gecharterte Schiffe ein. Das Durchschnittsalter der Flotte betrug 8,8 Jahre.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden zwei Neubauten mit einer Gesamtkapazität von rund 17 500 Standardcontainern (TEU) ausgeliefert, die beide ins Eigentum übergegangen sind. Im Orderbuch für Neubauten sind zwei Auslieferungen für 2009 geplant sowie sieben für 2010 und fünf für 2011. Jedes der neuen Schiffe hat eine Kapazität von über 8 000 TEU.

Containerschifflotte

Stellplatzkapazität in TEU	Anzahl Gesamt	Durchschnittsalter	Kapazität in TEU
bis 2 300	30	18,5	56 000
2 300 - 4 000	41	16,4	119 000
4 000 - 6 000	39	8,3	173 000
6 000 - 8 000	8	5,7	57 000
über 8 000	10	2,3	87 000
Gesamt	128	8,8	492 000

Stand: 31. Dezember 2008

Finanzierungsstruktur Container (in %)

Darüber hinaus befanden sich zum 31. Dezember 2008 Container mit einer Kapazität von 1,1 Mio. TEU im Bestand von Hapag-Lloyd. Neben Standard- und Kühlcontainern sind dies Spezialcontainer wie Open-Top-Container mit Plane, Flatrack-Container ohne Seitenteile und Dach oder Containerplattformen für Ladung mit Übergröße. Von den Containern befanden sich 61 % im Eigentum des Konzerns, während die restlichen Container geleast wurden.

Containerbestand

TEU	Kapazität
Standardcontainer	988 000
Kühlcontainer	71 000
Spezialcontainer	59 000
Gesamt	1 118 000

Stand: 31. Dezember 2008

Die Containerschiffe werden in verschiedenen Fahrtgebieten eingesetzt. Dabei umfasst jedes Fahrtgebiet verschiedene Routen (Liniendienste), welche unterschiedliche Häfen verbinden. Das Geschäft von Hapag-Lloyd gliedert sich in fünf Fahrtgebiete.

Fernost

Das Fahrtgebiet Fernost umfasst den Verkehr zwischen Europa und Asien. In diesem Gebiet werden 22 Routen angeboten, wovon der Großteil Europa mit den asiatischen Ländern wie China, Japan und Indien verbindet. Weitere Routen verbinden Nord- und Südeuropa sowie Nordeuropa und Afrika. Dieses Fahrtgebiet ist insbesondere geprägt durch den Warenaustausch zwischen Europa und Asien.

Transpazifik

Über das Fahrtgebiet Transpazifik wird der Güterverkehr zwischen Nordamerika und Asien abgewickelt. Hier operiert Hapag-Lloyd 14 Routen, von denen die Mehrzahl die nordamerikanische Westküste mit der asiatischen Ostküste verbindet.

Atlantik

Das Fahrtgebiet Atlantik, dessen 16 Routen Europa mit Nordamerika verbinden, ist wie bereits im Vorjahr das volumenstärkste. Die Routen liegen zwischen Nordamerika und Nordeuropa, weitere verbinden Nordamerika mit dem Mittelmeerraum, während eine Route Verkehre zwischen Nordamerika und Afrika anbietet.

Lateinamerika

Durch das Fahrtgebiet Lateinamerika wird Südamerika mit Nordamerika und Europa verbunden. Zwei der elf Routen verbinden darüber hinaus verschiedene Häfen innerhalb Südamerikas.

Australasien

Güter zwischen Australien und Asien werden auf den 22 Routen im Fahrtgebiet Australasien befördert. Darunter sind die Routen innerhalb Asiens, die den größten Anteil am Ladungsaufkommen hatten, sowie diejenigen, die Australien mit allen Kontinenten außer Afrika verbinden.

Geschäftstätigkeit

Touristik

Markt

Die UNWTO rechnet für das Jahr 2008 mit einem Wachstum der Konsumentengesamtausgaben im weltweiten Reise- und Tourismusmarkt von 2 % (Quelle: UNWTO, World Tourism Barometer, Januar 2009). Nach einem Anstieg um rund 5 % in den ersten sechs Monaten des Jahres 2008 waren die internationalen Ankünfte in der zweiten Jahreshälfte insgesamt um 1 % rückläufig. Während in den ersten drei Quartalen des Jahres die bis dahin steigenden Energiepreise dämpfend auf das Reiseverhalten wirkten, führte in den letzten Monaten des Jahres das sich weltweit verschlechternde wirtschaftliche Umfeld branchenübergreifend zu einem Rückgang des Verbrauchervertrauens.

Der Markt für Geschäfts- und Ferienhotellerie war in 2008 ebenfalls durch das wirtschaftliche Umfeld beeinträchtigt, wobei die Eintrübung erst in den letzten Monaten des Jahres spürbar wurde. Gemessen am Investitionsvolumen war ein deutlicher Rückgang zu verzeichnen: Nachdem in 2007 noch 21 Mrd. € in europäische Hotels investiert wurden, sank die Investitionssumme in 2008 auf 5 Mrd. €. Die durchschnittlichen Preise in US-Dollar für Hotelzimmer in Europa stiegen bis September 2008 um rund 11 % im Vergleich zum Vorjahr an. Die Auslastung hingegen entwickelte sich im Jahresvergleich leicht rückläufig (Quelle: Deloitte, Hospitality Vision, November 2008).

Der europäische Markt für Kreuzfahrten ist in 2008 weiter gewachsen. Die deutschen Kreuzfahrtveranstalter konnten ihre Gesamtpassagierzahl in 2008 um mehr als 10 % gegenüber dem Vorjahr steigern (Quelle: fww, Dezember 2008). Die Zielgebiete waren weitgehend frei von politischen Unruhen und Umweltkatastrophen. Eine Ausnahme bildete die Region um den Golf von Aden, wo auch klassische Kreuzfahrten von der zunehmenden Piraterie betroffen waren. Europäische Fahrtrouten haben im Vergleich zu dem traditionellen Fahrtgebiet Karibik in 2008 weiter an Bedeutung gewonnen.

Wettbewerb

Die europäische Touristikindustrie war im Berichtsjahr von der in 2007 begonnenen Konsolidierung geprägt. Mit den Reiseveranstaltern, die integrierte bzw. nicht-integrierte Geschäftsmodelle verfolgen, standen Hotelgesellschaften, Fluggesellschaften und Online-Vermittler im Wettbewerb. Durch eine sehr restriktive Kapazitätspolitik der führenden Marktteilnehmer in 2008 ging das Angebot an preisreduzierten Restplätzen branchenweit zurück.

Daneben kam es zu vermehrten Insolvenzen einzelner touristischer Anbieter, unter anderem durch den starken Anstieg des Rohölpreises im Verlauf des Sommers 2008. Vor diesem Hintergrund hat aus Sicht der Kunden neben einem attraktiven Produkt auch die Stabilität und Abwicklungssicherheit eines Reiseanbieters an Bedeutung gewonnen. TUI ist hier sehr gut aufgestellt. Ursächlich hierfür ist das differenzierte, mit Alleinstellungsmerkmalen versehene Produktportfolio, die starke Marktstellung sowie die finanzielle Stabilität.

Das Wettbewerbsumfeld im Markt für Ferienhotels ist weiterhin durch eine steigende Popularität des All Inclusive-Konzepts und einen anhaltenden Trend zu Golf-, Spa-, Wellness- und Gesundheitsprodukten gekennzeichnet. Dabei spielt die Sensitivität der Gäste für Umweltfragen unverändert eine große Rolle. TUI Hotels & Resorts als der führende Anbieter von Ferienhotels in Europa berücksichtigt diese Trends bei der Weiterentwicklung seines attraktiven Portfolios.

Der deutschsprachige Kreuzfahrtmarkt entwickelte sich in 2008 erneut positiv. Insbesondere das wachsende Angebot durch neue Anbieter und die Vergrößerung bestehender Flotten führten zu gestiegener Nachfrage. Auch klassische Pauschalreisekunden buchten vermehrt Kreuzfahrten. Neben den etablierten europäischen Anbietern verstärkten US-Reedereien ihr Engagement in Deutschland.

Hapag-Lloyd Kreuzfahrten baute ihre Position im deutschen Premium- und Luxussegment für klassische und Expeditionskreuzfahrten in 2008 weiter aus. Im deutschsprachigen Volumenmarkt für Kreuzfahrten ist TUI Cruises seit Herbst 2008 mit einem attraktiven Produkt vertreten.

Geschäftsmodell

TUI Travel bietet ihren Kunden eine Vielzahl von Produkten an, die von Pauschalreisen bis hin zu einem Portfolio von Spezialangeboten reichen. Dabei werden die Bereiche Mainstream, Specialist & Emerging Markets, Activity und Online Destination Services unterschieden.

Den größten Anteil am Geschäft von TUI Travel hat der Bereich Mainstream, der sämtliche Aktivitäten im Pauschalreisesegment vom Vertrieb über das Veranstaltergeschäft bis hin zum Flugbereich umfasst. Mainstream setzt sich aus mehreren integrierten Touristikgruppen mit jeweils quellmarktbezogener Ausrichtung zusammen. Daneben nimmt TUI Travel marktführende Positionen in teilweise stark fragmentierten Spezialistenmärkten ein und verfügt über aussichtsreiche Positionen in Wachstumsmärkten wie beispielsweise Russland.

Auf Grund ihrer breiten Kundenbasis in 25 Quellmärkten ist TUI Travel in der Lage, unterschiedliche Entwicklungen in einzelnen Quellmärkten oder Produktgruppen auszugleichen. Darüber hinaus verfolgt TUI Travel in ihrem Mainstream-Geschäft ein sehr restriktives Kapazitätsmanagement. So werden Flug- und Hotelkontingente nur zu einem geringen Teil fest kontrahiert.

Die Flugkapazität der eigenen Fluglinien orientiert sich überwiegend am Bedarf der jeweiligen Veranstalter. Über zeitlich gestaffelte Leasingvereinbarungen für die bei den eigenen Airlines eingesetzten Flugzeuge und die Abdeckung von knapp einem Drittel der benötigten Flugkapazität durch konzernfremde Airlines kann TUI Travel flexibel auf Nachfrageänderungen reagieren.

Investitionen in eigene Assets werden selektiv nur dort vorgenommen, wo über die Kapitalbindung entsprechende Alleinstellungsmerkmale gegenüber Mitbewerbern erreicht werden können, beispielsweise bei der Vermietung eigener Charterschiffe.

Aus der starken Marktstellung in den jeweiligen Quellmärkten und Produktsegmenten resultieren Skaleneffekte, die in hohem Maße genutzt werden. Durch den großen Anteil exklusiver und differenzierter Produkte in allen vier Bereichen, die über verschiedene Vertriebskanäle einschließlich des Internets abgesetzt werden, bietet TUI Travel ihren Kunden eine weitreichende Flexibilität und Auswahl und erzielt eine hohe Kundenbindung.

TUI Hotels & Resorts verfügt über eigene Hotelkapazitäten in bestehenden und potenziellen Wachstumsdestinationen, die bei gleichzeitiger Schärfung der Angebotspalette selektiv weiter ausgebaut werden. Neben dem Vertrieb über Reiseveranstalter wird durch den gezielten Auf- und Ausbau zusätzlicher Vertriebskanäle die Auslastung der konzerneigenen Hotels optimiert und die hohe Ergebnisqualität abgesichert.

Hapag-Lloyd Kreuzfahrten nimmt mit ihrer Flotte in den Segmenten Luxus-, Expeditions- und Studienreisen führende Positionen im deutschsprachigen Markt ein. Diese Stellung wird durch die noch schärfere Profilierung der vier Schiffe weiter gefestigt. Daneben hat mit dem Markteintritt von TUI Cruises die Erschließung des deutschsprachigen Volumenmarkts für Kreuzfahrten begonnen.

Strategie

Für das kommende Geschäftsjahr ergeben sich in der Touristik die folgenden strategischen Schwerpunkte:

- Umsetzung der definierten Maßnahmenprogramme zur Realisierung der identifizierten Integrations- und Synergievorteile von nachhaltig 175 Mio. Britische Pfund pro Jahr bei TUI Travel.
- Weitere Flexibilisierung des Geschäftsmodells im Bereich Mainstream der TUI Travel durch eine geringe Zahl an fest eingekauften Flug- und Hotelkontingenten und die Orientierung der eigenen Flugkapazität am Bedarf der jeweiligen Veranstalter. Proaktives Kapazitätsmanagement.
- Erhöhung des Anteils an differenzierten Urlaubsprodukten und Stärkung des Direktvertriebs über das Internet.
- Ausbau und Stärkung des margenstarken Spezialveranstaltergeschäft.
- Konzentration auf ein renditestarkes und differenziertes Hotelportfolio im Bereich TUI Hotels & Resorts.
- Erschließung des deutschsprachigen Volumenmarkts für Kreuzfahrten.
- Fortsetzung des restriktiven Cash- und Working Capital Managements.

Containerschifffahrt (Aufgegebener Geschäftsbereich)

Markt

Die Globalisierung spiegelt sich in der Marktentwicklung der Containerschifffahrt wider. Die Entwicklung des Welthandels, die fortschreitende Verlagerung der Produktion von West nach Ost, aber auch das überproportionale Wirtschaftswachstum in den ostasiatischen Schwellenländern sorgen für ein hohes Transportaufkommen insbesondere auf den Routen von und nach Asien. Darüber hinaus steigt der Anteil an Gütern, die in Containern transportiert werden, weiter an. Nachdem im Jahr 2007 weltweit 115 Mio. TEU transportiert wurden, wuchs diese Menge im Jahr 2008 um rund 4 % auf knapp 120 Mio. TEU (Quelle: IHS Global Insight, Dezember 2008).

Die Routen in der Containerschifffahrt werden nach Fahrtgebieten geordnet. Für die wesentlichen Fahrtgebiete ergab sich im Jahr 2008 folgende Entwicklung:

Den größten Anteil am weltweiten Transportvolumen hatte im Jahr 2008 der innerasiatische Verkehr mit rund 27 Mio. TEU und einem Wachstum im Vergleich zum Vorjahr von rund 5 %. Mit rund 20 Mio. TEU bei einem Wachstum von 3 % folgte das Fahrtgebiet Transpazifik. Auf den Europa-Fernost-Routen wurde ein Wachstum von rund 3 % auf knapp 20 Mio. TEU erzielt. Im Fahrtgebiet Atlantik wurden zwischen Europa und Nordamerika rund 6 Mio. TEU transportiert, ein Zuwachs von 2 %. Das kleinste Fahrtgebiet ist Lateinamerika; dessen Transportvolumen stieg um 5 % auf knapp 4 Mio. TEU.

Eine Reihe von Unternehmen in der Containerschifffahrt hat sich zu internationalen Allianzen zusammengeschlossen. Zweck dieser Konsortien ist die gegenseitige Nutzung von Transportkapazitäten und die Koordination von Abfahrtszeiten. Dadurch ist es den Mitgliedern möglich, ihren Kunden eine größere Anzahl von Routen und höhere Frequenzen anzubieten. Die Hapag-Lloyd AG ist Gründungsmitglied der Grand Alliance, dem bedeutendsten Konsortium in der Containerschifffahrt weltweit. Hapag-Lloyd stellt rund 37 % der gemeinschaftlich genutzten Kapazität.

Wettbewerb

Die Wettbewerbssituation in der Containerschifffahrt hat sich in 2008 nicht wesentlich verändert. Die Liste der größten Containerreedereien wird weiterhin angeführt von der dänischen Reederei Maersk mit einer Transportkapazität von rund 1,9 Mio. TEU. Mit deutlichem Abstand folgt die Schweizer Mediterranean Shipping Company (MSC) mit einer Transportkapazität von knapp 1,4 Mio. TEU. Nach der französischen CMA CGM und der taiwanesischen Evergreen Line folgt Hapag-Lloyd mit einer Kapazität von 0,5 Mio. TEU als fünftgrößte Containerreederei der Welt.

Geschäftsmodell

Die Hapag-Lloyd AG ist ein global tätiges Unternehmen mit über 320 Standorten auf allen fünf Kontinenten. Dabei werden den Kunden 85 Dienste auf allen Weltmeeren angeboten. Insbesondere wird der volumenstarke Ost-West-Verkehr bedient. Dieser beinhaltet im Wesentlichen Transporte zwischen Nordamerika, Europa und Asien. Die Vertriebsorganisation ist weltweit nach der gleichen Struktur aufgebaut. Eng mit der Organisation verbunden sind die voll integrierten IT-Anwendungen, die maßgeschneiderte Lösungen für die individuellen Anforderungen der Kunden gewährleisten.

Neben dem reinen Seetransport von Containern bietet Hapag-Lloyd die Organisation des weltweiten Haus-zu-Haus-Transports an. Insbesondere die Transporte der Container zu oder von den Seehäfen – per Bahn, Lastkraftwagen oder Binnenschiff – werden von Subunternehmen durchgeführt. Hapag-Lloyd ist dabei Hauptvertragspartner während des gesamten Transports.

Strategie

In der Containerschifffahrt soll die ertragsorientierte Strategie vor dem Hintergrund der abgeschwächten Wachstumsraten des Welthandelsvolumens fortgesetzt werden. Für das kommende Geschäftsjahr ergeben sich folgende strategische Schwerpunkte:

- Hohe Margenorientierung.
- Anpassung des vorhandenen Produktportfolios und der Servicestruktur.
- Marktorientiertes Kapazitätsmanagement.
- Weitere Kostenoptimierung und Forcierung zusätzlicher Erlöse.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Allgemeine Entwicklung

Zu Beginn des Jahres 2008 schien sich die übrige Welt vom dem durch die US-Immobilienkrise ausgelösten Abschwung in den Vereinigten Staaten abgekoppelt zu haben und expandierte stattdessen weiter in nahezu unverändertem Tempo. Dies bewirkte zunächst einen fortgesetzten Anstieg der Rohstoffpreise. Zur Jahresmitte trübten sich die Aussichten jedoch immer weiter ein. Angesichts der sich verstärkenden Finanzkrise mit ihren internationalen Ausmaßen hat die Expansionsphase der Weltwirtschaft in der zweiten Jahreshälfte ein Ende gefunden. Konjunkturbedingt ging die Rohstoffnachfrage erheblich zurück und in Folge auch das Rohstoffpreisniveau. Dies wiederum wirkte inflationsdämpfend auf die Verbraucherpreise.

Der Internationale Währungsfonds (IWF) geht für 2008 von einem Wachstum des weltweiten Bruttoinlandsprodukts von insgesamt 3,4 % aus (IWF, World Economic Outlook, Januar 2009). Während der IWF für die Schwellenländer in der zweiten Hälfte 2008 ein deutlich abgeschwächtes Wirtschaftswachstum erwartet, wird für die Industrienationen eine Entwicklung nahe der Rezession unterstellt. Für den Welthandel erwartet der IWF für das Gesamtjahr eine Wachstumsrate von 4,1 %. Diese liegt damit nach wie vor über dem Wachstum der Weltwirtschaft, allerdings mit stark vermindertem Abstand.

Entwicklung in den Regionen

Amerika und Asien

Obwohl die USA mit ihrer Krise am Hypothekenmarkt Ausgangspunkt und Zentrum der internationalen Finanzkrise war, wird für 2008 ein Wirtschaftswachstum von 1,1 % erwartet. Infolge der rückläufigen Immobilienpreise ging die Nachfrage der Haushalte weiter zurück. Die Schwäche des US-Dollar zu Jahresanfang wirkte sich zwar negativ auf Importe aus, förderte jedoch gleichzeitig den Exportsektor. Die restriktivere Kreditvergabe der Banken hat die Realwirtschaft erst zum Jahresende erreicht.

Das Wachstum in Kanada (0,6 %) lag im Jahr 2008 noch unter dem in den USA. Auch Japans Wirtschaft schwächte sich deutlich ab (- 0,3 %), nachdem der Yen in der zweiten Jahreshälfte auf Grund des Engagements japanischer Banken auf dem krisengeschüttelten US-Finanzmarkt stark nachgab.

In Asien wurde das Wachstum weiterhin von China (9,0 %) und Indien (7,3 %) getragen. Als Folge der rückläufigen Nachfrage der Industrieländer und des zunehmenden Drucks auf den Finanzmärkten kam es insbesondere in der zweiten Jahreshälfte zu einer Abschwächung. Insgesamt wuchs die Wirtschaft in Asien im Gesamtjahr mit 7,8 % und lag damit unter dem hohen Niveau des Vorjahrs.

Euroraum

Für den Euroraum unterstellt der IWF ein Wirtschaftswachstum von 1,0 % für 2008. Als Ursache werden hier die zu Jahresanfang hohen Preise für Öl und Nahrungsmittel in Kombination mit stark sinkenden Immobilienpreisen in Irland, Spanien und Großbritannien genannt, die bereits eine deutliche Abschwächung der Wirtschaftsleistung bewirkten. Die sich verstärkende internationale Finanzkrise in der zweiten Jahreshälfte hat zwar durch sinkende Rohstoffpreise die inflationären Tendenzen gedämpft, jedoch Unternehmen und Verbraucher durch die erschwerte Kreditvergabe weiter belastet. Folglich befinden sich die einzelnen Volkswirtschaften des Euroraums kurz vor oder bereits in der Rezession.

Entwicklung in den Sparten

Touristik

In der Touristik erwartet die World Tourism Organization (UNWTO, World Tourism Barometer, Januar 2009) für das Jahr 2008 ein Wachstum von 2 %, das regional unterschiedlich hoch ausfiel. Während Europa lediglich eine stabile Entwicklung aufwies, konnten alle übrigen Regionen die Zahl der Ankünfte steigern. Nachdem die Anzahl der weltweiten Ankünfte in den ersten sechs Monaten des Jahrs durchschnittlich um rund 5 % über dem Vorjahresniveau lag, nahm sie in der zweiten Jahreshälfte auf Grund der aufkommenden Rezessionstendenzen insgesamt um 1 % ab.

Containerschiffahrt (Aufgegebener Geschäftsbereich)

Die weltweite Entwicklung in der Containerschiffahrt war trotz der zeitweise dramatisch erhöhten Bunkerpreise verhalten positiv. So wuchs das weltweite Transportvolumen um rund 4 % auf knapp 120 Mio. TEU (Global Insight, Dezember 2008) und lag mit der prognostizierten Wachstumsrate des Welthandels in etwa gleichauf. Haupttreiber dieser positiven Entwicklung war erneut Asien und dort insbesondere

China und Indien. Die durchschnittlichen Frachtraten konnten im Vergleich zum Vorjahr deutlich gesteigert werden. Belastend wirkten jedoch die zur Jahresmitte extrem erhöhten Bunkerpreise in Kombination mit dem schwachen US-Dollar. Mit 678 USD/Tonne im Monatsdurchschnitt erreichte der Bunkerpreis im Juli seinen historischen Höchststand. Im Jahresdurchschnitt lag der Bunkerpreis 51 % über dem des Vorjahrs.

Bewertung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen

Insgesamt entsprach die konjunkturelle Entwicklung im Geschäftsjahr 2008 nur bedingt den Erwartungen des Vorstands. Die in der Planung unterstellten makroökonomischen Rahmenbedingungen hatten weder den deutlichen Anstieg der Rohstoffpreise noch die extreme Schwäche des US-Dollar zur Jahresmitte und des Britischen Pfund antizipiert. Auch die schnelle konjunkturelle Abkühlung zum Jahresende war nicht erwartet worden. Sowohl für die Touristik als auch für die Containerschifffahrt zeigte sich in der ersten Jahreshälfte eine verhalten positive Entwicklung.

In den letzten Monaten des Jahrs kam es auf Grund der sich verschlechternden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in der Touristik zu schwächeren Buchungseingängen. Die Auswirkungen der Finanzkrise auf das Geschäft in der Touristik in 2008 blieb auf Grund der zu diesem Zeitpunkt abgeschlossenen Sommersaison und der bereits getätigten Buchungen für die Wintersaison aber begrenzt.

In der Containerschifffahrt führten die weltweiten Produktionskürzungen erst zum Jahresende zu einem deutlichen Rückgang der transportierten Mengen und der Frachtraten.