

Touristik Integration bei TUI Travel verläuft schneller als geplant. Zielwert für nachhaltige Synergien auf 175 Mio. Britische Pfund pro Jahr angehoben.

Die Touristik umfasst die Bereiche TUI Travel, TUI Hotels & Resorts und Kreuzfahrten. In dem ersten vollen operativen Jahr von TUI Travel wurden schwerpunktmäßig die in 2007 definierten Maßnahmenpakete zur Zusammenführung der Vertriebs-, Veranstalter- und Flugaktivitäten sowie der Zielgebietsagenturen des TUI Konzerns mit denen von First Choice umgesetzt. In 2008 verlief die Integration erfolgreich und schneller als geplant, das angestrebte Synergiepotenzial wurde überschritten. Im Rahmen des laufenden Projektfortschritts wurde der Zielwert für die nachhaltigen Synergien um 25 Mio. auf 175 Mio. Britische Pfund pro Jahr angehoben.

Operativ hat TUI Travel in 2008 durch eine restriktive Kapazitätspolitik ihre Auslastung und die erzielten Margen im Mainstream-Geschäft deutlich verbessert. Unter Berücksichtigung der operativen Verbesserungen sowie der erstmalig ganzjährigen Einbeziehung von First Choice und gegenläufigen Belastungen aus dem im Jahresdurchschnitt geringeren Wert des Britischen Pfund stieg das bereinigte Ergebnis von TUI Travel in 2008 um 148 Mio. € auf 453 Mio. € an.

Der Bereich TUI Hotels & Resorts wurde in seinem Hotelgeschäft in Nordamerika und der Karibik durch den im Jahresdurchschnitt schwächeren Kurs des US-Dollar belastet und schloss um 4 Mio. € unter Vorjahr ab. In dem Ergebnis der Kreuzfahrten sind Vorlaufkosten für den Aufbau von TUI Cruises in Höhe von 7 Mio. € enthalten. Hapag-Lloyd Kreuzfahrten hat sich in 2008 weiter positiv entwickelt.

Umsatz und Ertrag in der Touristik

Kennzahlen Touristik

Mio €	2008	2007	Veränd. %
Umsatz	18 628,4	15 814,5	+ 17,8
Segmentumsatz	18 648,2	15 834,9	+ 17,8
Umsatzkosten	17 153,3	14 602,4	+ 17,5
Bruttogewinn	1 494,9	1 232,5	+ 21,3
Verwaltungsaufwendungen	1 348,8	1 093,5	+ 23,3
Sonstige Erträge/Aufwendungen	- 70,6	48,2	n. a.
Equity-Ergebnis/Beteiligungsergebnis	23,3	30,8	- 24,4
Sparten-EBITA	98,8	218,0	- 54,7
Abgangsergebnisse	+ 3,8	+ 6,8	
Restrukturierung	+ 284,9	+ 62,4	
Kaufpreisallokation	+ 57,8	+ 55,6	
Einzelsachverhalte	+ 156,6	+ 120,4	
Bereinigtes Sparten-EBITA	601,9	463,2	+ 29,9
Investitionen	559,8	537,4	+ 4,2
Mitarbeiter (31.12.)	61 972	60 044	+ 3,2

Im Berichtsjahr 2008 stieg der touristische Umsatz mit 18,6 Mrd. € um 18 % gegenüber dem Vorjahreswert an. Im Jahresvergleich führte die erstmalig ganzjährige Einbeziehung von First Choice zu einem deutlichen Umsatzanstieg. Um diesen Sonder-effekt bereinigt nahm der Umsatz leicht ab, was neben reduzierten Veranstalterkapazitäten insbesondere auf das im Jahresdurchschnitt schwächere Britische Pfund zurückzuführen war.

Den Umsatzerlösen wurden die Umsatzkosten gegenübergestellt. Sie beliefen sich auf 17,2 Mrd. €, ein Rückgang von 18 %. Im Jahr 2008 betrug der Bruttogewinn als Saldogröße aus Umsatzerlösen und -kosten 1,5 Mio. € (Vorjahr 1,2 Mio. €), ein Plus von 21 %.

Die Verwaltungsaufwendungen beinhalten Aufwendungen, welche nicht direkt durch die Erzielung der Umsatzleistung verursacht sind, wie Aufwendungen für allgemeine Managementfunktionen. Der Anstieg in 2008 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum resultierte hauptsächlich aus der erstmalig ganzjährigen Einbeziehung von First Choice und den in wesentlichen Teilen hier ausgewiesenen Restrukturierungs- und Integrationsaufwendungen der TUI Travel.

Sonstige Erträge und andere Aufwendungen umfassen in erster Linie Gewinne bzw. Verluste aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens. Der Posten lag mit - 71 Mio. € deutlich unter dem Vorjahreswert, was insbesondere auf in 2008 erhöhte Aufwendungen im Zusammenhang mit der strategischen Neuausrichtung der Flugaktivitäten der TUI Travel zurückzuführen war.

Das Ergebnis aus nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen enthält das anteilige Jahresergebnis der assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen. Mit 23 Mio. € in 2008 verringerte es sich um 24 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Die Ergebnisbeiträge resultierten im Wesentlichen aus den Equity-Gesellschaften in den Bereichen TUI Hotels & Resorts und Online Destination Services bei TUI Travel.

In 2008 erhöhte sich das operative Ergebnis der Touristik gegenüber dem Vorjahr um 30 % auf 602 Mio. €. TUI Travel trug zu diesem Ergebnis 453 Mio. € bei, TUI Hotels & Resorts 142 Mio. €, und der Anteil des Bereichs Kreuzfahrten betrug 7 Mio. €. Dabei haben die planmäßigen Belastungen aus der Fusion von First Choice und der TUI Touristik-Sparte sowie Aufwendungen im Zusammenhang mit der strategischen Neuausrichtung der Flugaktivitäten von TUI Travel in 2008 einmalig 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, nahm das berichtete Ergebnis der Touristik-Sparte gegenüber dem Vorjahr insgesamt um 55 % auf 99 Mio. € ab.

TUI Travel

Kennzahlen TUI Travel

Mio €	2008	2007	Veränd. %
Umsatz	18 015,7	15 251,5	+ 18,1
Sparten-EBITA	- 36,8	96,6	n. a.
Abgangsergebnisse	-	+ 6,8	
Restrukturierung	+ 284,9	+ 62,4	
Kaufpreisallokation	+ 57,8	+ 55,6	
Einzelsachverhalte	+ 146,8	+ 83,1	
Bereinigtes Sparten-EBITA	452,7	304,5	+ 48,7
Investitionen	381,7	220,9	+ 72,8
Mitarbeiter (31.12.)	48 508	47 705	+ 1,7

Umsatz und Ergebnis

Die Umsatzerlöse von TUI Travel erhöhten sich in 2008 um 2,8 Mrd. € auf 18,0 Mrd. €, was wesentlich auf die erstmalig ganzjährige Einbeziehung der First Choice-Aktivitäten zurückzuführen ist. Der um diesen Sondereffekt bereinigte Umsatz nahm währungs- und kapazitätsbedingt leicht ab.

Das bereinigte Ergebnis von TUI Travel erhöhte sich in 2008 gegenüber dem Vorjahr um 49 % auf 453 Mio. €. Der operative Ergebnisanstieg resultierte unter anderem aus Kostensynergien sowie einer gestiegenen Auslastung und höheren Margen im Mainstream-Geschäft. Im Specialist- und Activity-Bereich führten organisches Wachstum und die in den beiden letzten Jahren getätigten Akquisitionen zu gestiegenen Ergebnissen.

Daneben wirkte sich die erstmalig ganzjährige Einbeziehung von First Choice positiv aus, während der im Jahresdurchschnitt geringere Wert des Britischen Pfund das Ergebnis gegenüber dem Vorjahr belastete.

Im Rahmen ihres festgelegten Integrationsprozesses wurden innerhalb von TUI Travel in 2008 unter anderem die folgenden Meilensteine erreicht:

- Räumliche Zusammenlegung der Zentralfunktionen in Crawley sowie der Veranstalter- und Flugfunktionen am Standort Luton;
- Zusammenführung der Charterfluggesellschaften in Großbritannien unter einer gemeinsamen Fluglizenz (Airline Operating Certificate);
- Zusammenführung des Eigenvertriebs und Einführung gemeinsamer Reservierungssysteme für die Mainstream- und Spezialveranstalter in Großbritannien;
- Integration der ehemaligen TUI und First Choice-Aktivitäten außerhalb Großbritanniens, z. B. in Frankreich oder im Bereich Online Destination Services.

Während des laufenden Integrationsprozesses von TUI Travel wurden neue Ergebnissteigerungspotenziale identifiziert, so dass der Zielwert für die nachhaltigen Synergien aus der Bildung von TUI Travel um 25 Mio. auf 175 Mio. Britische Pfund pro Jahr angehoben wurde. Von diesem Wert entfallen 140 Mio. Britische Pfund auf die Aktivitäten in Großbritannien, 7 Mio. Britische Pfund auf Zentralfunktionen und 28 Mio. Britische Pfund auf die übrigen operativen Bereiche. Gleichzeitig verlief der Integrationsprozess schneller als erwartet, so dass die Synergien früher zu steigenden Ergebnissen führen werden.

Parallel hierzu haben die Belastungen aus der Fusion von First Choice und der TUI Touristik-Sparte sowie Aufwendungen im Zusammenhang mit der strategischen Neuausrichtung der Flugaktivitäten von TUI Travel in 2008 zu einer deutlichen Differenz zwischen dem operativen und dem berichteten Ergebnis geführt. In dem Ergebnis 2008 sind folgende Sondereinflüsse enthalten:

- Restrukturierungskosten in Höhe von 285 Mio. €, insbesondere Belastungen aus der Zusammenführung von TUI und First Choice, sowie Aufwendungen in Verbindung mit der strategischen Neuausrichtung des Flugbetriebs von TUI Travel;
- Effekte aus Kaufpreisallokationen in Höhe von 58 Mio. € und
- Einzelsachverhalte in Höhe von 147 Mio. €, insbesondere Sicherungsgeschäfte und Währungsverluste im Flugbereich, außerplanmäßige Abschreibungen auf Vermögenswerte des Flugbereichs und von TUI Northern Europe sowie Integrationskosten aus der Zusammenführung der britischen Aktivitäten von TUI Travel.

Wegen dieser Vorleistungen, die in den Folgejahren zu einer nachhaltigen und deutlichen Steigerung der Ertragskraft führen werden, fiel das berichtete Ergebnis von TUI Travel in 2008 mit - 37 Mio. € negativ aus.

Mainstream

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

Gästedaten TUI Travel Mainstream

Tsd	2008	2007	Veränd. %
Europa Mitte	10 987	11 590	- 5,2
Europa Nord	8 513	7 742	+ 10,0
Europa West	5 669	4 632	+ 22,4
Gesamt	25 169	23 963	+ 5,0

Europa Mitte

Im Quellmarkt Europa Mitte (Deutschland, Österreich, Schweiz, Polen sowie die Fluggesellschaft TUIfly.com) nahm die Anzahl der Gäste im Geschäftsjahr 2008 um 5 % ab. Dieser Rückgang war wesentlich auf eine verminderte Flugkapazität nach der im zweiten Quartal 2008 vorgenommenen Verkleinerung der TUIfly-Flotte um acht Maschinen zurückzuführen. Das verringerte Flugangebot führte zu einer verbesserten Flugauslastung und höheren durchschnittlichen Margen.

Insgesamt konnte daher das Ergebnis im Bereich Europa Mitte trotz Belastungen aus den höheren Kerosinpreisen gesteigert werden. Der Umsatz im Quellmarkt Europa Mitte ging auf Grund des abnehmenden Geschäftsvolumens in Deutschland leicht zurück.

Die deutschen Veranstalter registrierten im Jahresverlauf eine anziehende Nachfrage nach Reisen, die auf Grund der verringerten Kapazitäten zu einem sinkenden Anteil preisreduzierter Angebote am Umsatz führte. Hierdurch konnten Margen und Flugauslastung verbessert werden. TUI Suisse profitierte im traditionell hochpreisigen Schweizer Reisemarkt weiter von ihrem attraktiven Preisbild und entwickelte sich positiv. In Österreich führte die Aufgabe des Exklusivvertriebs für Magic Life bei TUI Austria zu einem unter Vorjahr liegenden Gästevolumen, das aber durch verbesserte Margen überkompensiert wurde. TUI Poland verzeichnete in 2008 einen deutlichen Gästeanstieg.

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.

Europa Nord

Im Quellmarkt Europa Nord (Großbritannien, Irland, Kanada, Nordische Länder sowie die Fluggesellschaften Thomsonfly, TUIfly Nordic und First Choice Airways) stiegen die Gästezahlen durch das in 2008 erstmalig ganzjährig einbezogene Mainstream-Geschäft von First Choice um 10 % an. Der Umsatz nahm konsolidierungsbedingt zu. Auf vergleichbarer Basis führten die Kapazitätsreduzierungen und das schwächere Britische Pfund aber zu einem Umsatzrückgang.

Die reduzierte Flugkapazität führte im Berichtsjahr auch in Großbritannien zu einem geringeren Angebot an Restplätzen und damit zu einer verbesserten Preisqualität. Daneben wirkten sich Kosteneinsparungen auf Grund der bereits in den Vorjahren eingeleiteten Straffung des Eigenvertriebs positiv auf das Ergebnis aus. TUI Nordic entwickelte sich in 2008 ebenfalls positiv. Die kanadischen Aktivitäten blieben jedoch erneut hinter den Erwartungen zurück. Hohe Energiekosten und ein starker Preiswettbewerb belasteten hier das Ergebnis.

Die Integration der Aktivitäten im englischen Markt verlief in 2008 schneller als geplant, 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 15 Mio. auf 140 Mio. Britische Pfund angehoben werden konnte.

Europa West

Der Bereich Europa West (Frankreich, Niederlande, Belgien sowie die Fluggesellschaften Corsairfly, Arkefly und Jetairfly) verzeichnete 2008 einen konsolidierungsbedingten Anstieg der Gästezahlen um 22 %.

Während sich der französische Reisemarkt in 2008 allgemein schwächer entwickelte, zeigten die TUI Aktivitäten in Frankreich durch die vorgenommene Straffung ihrer Produktpalette und Kosteneinsparungen bei Corsair insgesamt eine zufriedenstellende Entwicklung. Auch das Geschäft in den Niederlanden entwickelte sich positiv, allerdings belasteten höhere Wartungskosten der eigenen Fluglinie das Ergebnis. Belgien knüpfte an die erfolgreichen Vorjahre an und erzielte erneut ein gutes Ergebnis.

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

Specialist & Emerging Markets

Der Bereich Specialist & Emerging Markets umfasst rund 40 Spezialveranstalter in Europa, Nordamerika und Wachstumsmärkten, wie beispielsweise Russland. Das Produktangebot der Spezialveranstalter konzentriert sich dabei auf bestimmte Zielgebiete (Destination), besonders hochwertige Reisen, zum Beispiel Kreuzflüge (Premium), oder speziell auf bestimmte Zielgruppen zugeschnittene Angebote, zum Beispiel Studentenreisen (Lifestages). Im Bereich Specialist & Emerging Markets betrug das Gästevolumen 949 000.

Das operative Geschäft der britischen Spezialveranstalter war im Berichtsjahr durch Standortzusammenführungen und IT-Systemwechsel im Zuge der Integration der Aktivitäten von Thomson und First Choice beeinträchtigt. Unter anderem wurde das ehemalige Spezialistengeschäft von Thomson in Großbritannien auf die Reservierungssysteme von First Choice überführt. Die vorgenommenen Restrukturierungen sollen in

den Folgejahren zu deutlich verbesserten Ergebnissen in diesem Bereich führen. Auf Grund der im Rahmen der Projekte identifizierten Potenziale wurde der Zielwert für die nachhaltigen Synergien um 2 Mio. auf 5 Mio. Britische Pfund angehoben.

Das Spezialistengeschäft in Nordamerika entwickelte sich unterschiedlich. Während die im Premiumbereich geführten Marken TCS Expeditions und Starquest Expeditions eine hohe Nachfrage nach exklusiven Kreuzflügen verzeichneten, litten organisierte Studentenreisen in den USA unter dem sich verschlechternden wirtschaftlichen Umfeld und dem schwachen US-Dollar, der Reisen in den Euroraum verteuerte.

Activity

Der Activity-Bereich umfasst Reiseunternehmen für Aktivurlaube in den Unterbereichen Marine, Adventure sowie Ski, Student und Sport. Im Unterbereich Marine werden Anbieter für Charteryachten gebündelt, während Adventure unter anderem Expeditionsreisen beinhaltet. Der Unterbereich Ski, Student und Sport bietet neben Skiurlauben auch organisierte Reisen zu großen Sportevents an.

Im Unterbereich Marine wurden im Berichtsjahr die Segelsportaktivitäten der ehemaligen First Choice erfolgreich integriert. Resultierende Verwaltungskosteneinsparungen und eine höhere Auslastung der Yachten und Ferienanlagen führten zu einer positiven Entwicklung gegenüber dem Vorjahr.

Adventure profitierte von einer hohen Nachfrage nach Polarexpeditionsreisen und baute seine starke Marktposition in Australien durch weitere Akquisitionen aus. Auch Ski, Student und Sport konnte sein Ergebnis auf Grund der in 2008 durchgeführten Akquisitionen deutlich steigern.

Der Zielwert für die nachhaltig erzielbaren Synergien aus der Zusammenführung von Aktivitäten im Bereich Activity wurde um 2 Mio. auf 7 Mio. Britische Pfund angehoben.

Online Destination Services ODS

Der Bereich Online Destination Services teilt sich in drei Unterbereiche: Innerhalb der Geschäftskundensparte (B2B) werden über das Internet Hotels und Apartments an Großabnehmer, wie Reisebüros und Reiseveranstalter, vermittelt. Daneben werden von regional tätigen Zielgebietsagenturen klassische Zielgebietsleistungen, wie der Transfer und die Betreuung von Urlaubsgästen, für Reiseveranstalter und die Kreuzfahrtindustrie erbracht. In der Endkundensparte (B2C) werden Unterkünfte über verschiedene Internetplattformen an Einzelkunden vermittelt.

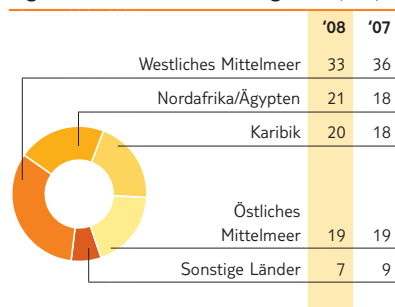
In 2008 konnten im Online-Vertrieb von Unterkünften sowohl der B2B- als auch der B2C-Bereich ihr vermitteltes Volumen steigern und in bestehenden und neuen Quellmärkten Marktanteile gewinnen. Die in der Portfolio Incoming Division gebündelten Zielgebietsagenturen konnten ebenfalls die Zahl der von ihnen betreuten Gäste erhöhen, die erzielten Durchschnittspreise lagen aber durch einen verstärkten Wettbewerb in Spanien leicht unter Vorjahr.

Auf Grund der im Rahmen der Projekte identifizierten Potenziale wurde der Zielwert für die nachhaltigen Synergien aus der Zusammenführung von Aktivitäten im Bereich ODS um 6 Mio. auf 8 Mio. Britische Pfund angehoben.

TUI Hotels & Resorts

Der Hotelbereich des Konzerns ist unter TUI Hotels & Resorts zusammengefasst. Hierzu zählen Hotelgesellschaften, an denen eine Mehrheitsbeteiligung besteht,

Eigene Hotelbetten nach Regionen (in %)



Joint Ventures mit lokalen Partnern, Gesellschaften, an denen finanzielle Beteiligungen gehalten werden, und Hotels, mit denen Managementverträge bestehen. Der Bereich betrieb zum Ende des Jahres 2008 insgesamt 238 Hotels mit einer Kapazität von rund 149 000 Betten, wobei der Großteil der Anlagen der 4- und 5-Sterne-Kategorie angehört. Die Anzahl der Übernachtungen in Hotels von TUI Hotels & Resorts lag bei insgesamt 33,7 Mio. Die Anzahl der verfügbaren Betten erhöhte

sich im Berichtsjahr deutlich um 3,6 %. Die Bettenauslastung erreichte 80,6 % und lag damit nur auf Grund der gestiegenen Bettenzahl um 0,7 Prozentpunkte unter dem Niveau des Vorjahrs. Das Geschäft entwickelte sich dabei in den einzelnen Hotelgruppen und regional unterschiedlich.

Umsatz und Ertragslage

Kennzahlen TUI Hotels & Resorts

Mio €	2008	2007	Veränd. %
Umsatz	412,7	379,8	+ 8,7
Sparten-EBITA	128,8	108,8	+ 18,4
Abgangsergebnisse	+ 3,8	–	
Restrukturierung	–	–	
Kaufpreisallokation	–	–	
Einzelsachverhalte	+ 9,8	+ 37,3	
Bereinigtes Sparten-EBITA	142,4	146,1	- 2,5
Investitionen	172,9	310,2	- 44,3
Mitarbeiter (31.12.)	13 255	12 127	+ 9,3

Im Bereich TUI Hotels & Resorts erreichte der konsolidierte Umsatz 0,4 Mrd. € und nahm damit um 9 % im Vergleich zum Vorjahr zu. Bei um rund 4 % ausgebauten Kapazitäten stiegen sowohl die Anzahl der verkauften Hotelübernachtungen als auch die durchschnittlichen Erlöse pro Bett gegenüber dem Vorjahr an. Demgegenüber nahm die Auslastung der Hotels infolge der Kapazitätsausweitungen insgesamt leicht ab.

Das bereinigte Ergebnis lag mit 142 Mio. € um 3 % unter dem vergleichbaren Vorjahreswert. Der leichte Rückgang des operativen Ergebnisses gegenüber dem Vorjahr war im Wesentlichen auf währungsbedingte Belastungen für Zielgebiete im US-Dollar-Währungsraum zurückzuführen. Dieser Effekt betraf in erster Linie die Riu-Gruppe mit ihren Aktivitäten in den Zielgebieten Mexiko, Jamaika, Dominikanische Republik, Bahamas und USA.

In dem berichteten Ergebnis des Hotelbereichs sind Sondereinflüsse in Höhe von 14 Mio. € enthalten, die im Wesentlichen Aufwendungen im Zuge der Reorganisation der Magic Life-Gruppe betreffen. Vor der Bereinigung von Sondereinflüssen lag das Ergebnis in 2008 mit 129 Mio. € um 18 % über dem Wert des Vorjahrs.

Geschäftsentwicklung TUI Hotels & Resorts

TUI Hotels & Resorts

Hotelmarke	Kapazität (in Tsd.) ¹⁾			Auslastung (%) ²⁾			Durchschnittl. Erlös pro Bett (€) ³⁾		
	2008	2007	Veränd. %	2008	2007	Veränd. %-Punkte	2008	2007	Veränd. %
Riu	15 390	15 071	+ 2,1	85,4	85,6	- 0,2	46,31	45,96	+ 0,8
Grupotel	854	834	+ 2,3	80,4	83,5	- 3,1	43,05	41,19	+ 4,5
Robinson	2 574	2 220	+ 16,0	72,8	77,1	- 4,3	76,95	73,75	+ 4,3
Magic Life	3 050	2 835	+ 7,6	75,6	80,2	- 4,6	41,63	36,75	+ 13,3
Iberotel	2 723	2 719	+ 0,2	66,7	61,6	+ 5,2	34,97	30,24	+ 15,6
Grecotel	702	730	- 3,7	83,2	83,1	+ 0,1	69,95	65,62	+ 6,6
Dorfhotel ⁴⁾	188	200	- 6,2	62,0	61,0	+ 1,0	35,48	30,67	+ 15,7
aQi	6	-	-	43,4	-	-	59,72	-	-
Gesamt	25 487	24 609	+ 3,6	80,6	81,2	- 0,7	48,08	46,25	+ 4,0

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⁾ Kennzahlen beziehen sich auf die zwei im Eigentum befindlichen Hotels

Riu

Riu, eine der führenden spanischen Hotelgruppen, setzte ihre positive Entwicklung in 2008 fort. Die 98 betriebenen Häuser verfügten über 76 271 Betten. Durch Veränderungen im Portfolio nahm damit bei einer leicht verringerten Anzahl von Häusern die Bettenanzahl zu. Insgesamt wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr fünf neue Riu-Hotels eröffnet. Die Kapazitäten erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich um 2,1 % auf 15,4 Mio. verfügbare Hotelbetten. Die Auslastung konnte dabei auf dem Niveau des Vorjahrs gehalten werden.

Geringe Nachfragerückgänge in einigen Zielgebieten konnten durch eine günstige Entwicklung in anderen Zielgebieten ausgeglichen werden. Der im Durchschnitt erzielte Erlös pro Bett legte um 0,8 % zu. Trotz Belastungen der Geschäftsentwicklung durch negative Wechselkurseffekte in Zielgebieten im US-Dollar-Währungsraum trug Riu maßgeblich zur positiven Ertragslage des Bereichs bei.

Grupotel

Die in Spanien tätige Grupotel-Kette mit ihren 33 Häusern auf Mallorca, Menorca und Ibiza verfügte im Geschäftsjahr 2008 über 13 104 Betten. Grupotel erzielte bei einer um 2,3 % erhöhten Kapazität eine im Vergleich zum Vorjahr um 3,1 Prozentpunkte geringere Auslastung. Der durchschnittliche Erlös pro Bett konnte um 4,5 % gesteigert werden, was zu einem leicht gestiegenen Ergebnisbeitrag der Gruppe führte.

Robinson

Der Markt- und Qualitätsführer im Premiumsegment für Cluburlaub betrieb im Jahr 2008 insgesamt 22 Clubanlagen mit 11 804 Betten in zehn Ländern. Robinson erhöhte damit seine Kapazität um 16 % auf 2,6 Mio. Betten. Der durchschnittliche Erlös pro Bett stieg um 4,3 % an. Die Auslastung aller Anlagen nahm durch die Kapazitätserhöhung mit den neuen Clubs in Portugal und Marokko in 2008 um 4,3 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr ab.

Magic Life

Magic Life, die All Inclusive-Clubmarke, betrieb im Berichtszeitraum 13 Anlagen, vorwiegend in der Türkei, in Ägypten und Tunesien, mit einer Gesamtbettenanzahl

von 11 596. Bei einer Erhöhung der Kapazitäten um 7,6 % auf 3,1 Mio. verfügbare Hotelbetten ging die Auslastung im Vergleich zum Vorjahr um 4,6 Prozentpunkte zurück. Der durchschnittliche Erlös pro Bett konnte dagegen um 13,3 % gesteigert werden. Die Magic Life-Gruppe stabilisierte im Jahresverlauf ihre Ergebnissituation weiter, erzielte jedoch noch keinen positiven Ergebnisbeitrag.

Iberotel

Im Geschäftsjahr 2008 verfügte Iberotel über 20 Hotels mit 11 465 Hotelbetten, die sich überwiegend in Ägypten und der Türkei befanden. Die Auslastung der unverändert rund 2,7 Mio. verfügbaren Hotelbetten lag auf Grund der guten Nachfrage für das Zielgebiet Ägypten mit 66,7 % um 5,2 Prozentpunkte über dem Niveau des Vorjahrs. Ergebnisseitig lag die Gruppe bei ebenfalls um 15,6 % gestiegenen Durchschnittserlösen pro Bett über dem Vorjahr.

Greotel

Greotel als führende Hotelgesellschaft in Griechenland betrieb im Berichtszeitraum 20 Ferienanlagen mit insgesamt 10 127 Betten. Die Auslastung lag mit 83,2 % auf dem Niveau des Vorjahrs. Bei einer im Vergleich zum Vorjahr um 3,7 % reduzierten Kapazität von 0,7 Mio. Betten stiegen die Durchschnittserlöse pro Bett um 6,6 % an.

Dorfhotel

Die zwei im Eigentum befindlichen Dorfhoteles in Österreich erzielten bei einer stabilen Auslastung in 2008 im Vorjahresvergleich steigende Durchschnittserlöse pro Bett. Weitere im Management betriebene Dorfhoteles befinden sich im Land Fleesensee sowie auf Sylt und seit 2008 auch an der Ostseeküste in Boltenhagen.

Da die Dorfhoteles im Wesentlichen Familienzimmer bzw. Apartments mit entsprechend höherer Bettenanzahl anbieten, liegen die durchschnittlichen Erlöse, die im Vorjahresvergleich gesteigert werden konnten, aber unter denen der anderen Hotelmarken, die überwiegend Zweibettzimmer offerieren.

aQi

Im Dezember 2008 wurde im österreichischen Schladming das erste Hotel der Marke aQi erfolgreich eröffnet. Erstmals wurde damit eine Lifestyle-Hotelmarke für das Budget-Leisure-Segment am Markt eingeführt. Die Auslastung und die Durchschnittsrate entsprachen den Erwartungen.

Kreuzfahrten

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

Kennzahlen Kreuzfahrten

Mio €	2008	2007	Veränd. %
Umsatz	200,0	183,2	+ 9,2
Sparten-EBITA	6,8	14,2	- 52,1
Abgangsergebnisse	–	–	
Restrukturierung	–	–	
Kaufpreisallokation	–	–	
Einzelsachverhalte	–	–	
Bereinigtes Sparten-EBITA	6,8	14,2	- 52,1
Investitionen	5,2	6,3	- 17,5
Mitarbeiter (31.12.)	209	212	- 1,4
Auslastung (in %)	80,2	78,6	+ 1,6

Umsatz und Ergebnis

Der Umsatz des Bereichs Kreuzfahrten nahm in 2008 gegenüber dem Vorjahreswert um 9 % zu. Diese Entwicklung ist allein auf Hapag-Lloyd Kreuzfahrten zurückzuführen, da das Gemeinschaftsunternehmen TUI Cruises im Berichtsjahr noch keine Umsätze realisiert hat. Außerdem wird TUI Cruises lediglich at Equity in den Konzernabschluss einbezogen. Hapag-Lloyd Kreuzfahrten konnte in 2008 trotz belastender Effekte aus den ölpreisbedingt gestiegenen Betriebskosten an das gute Vorjahresergebnis anknüpfen. In dem Ergebnis 2008 des Bereichs Kreuzfahrten sind anteilige Vorlaufkosten von TUI Cruises in Höhe von 7 Mio. € enthalten.

Das Geschäft von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten entwickelte sich in 2008 weiter positiv. Die Gesellschaft profitierte von einer guten Nachfrage nach klassischen Kreuzfahrten sowie Expeditionskreuzfahrten und baute ihre Position im deutschsprachigen Premium- und Luxusmarkt weiter aus. Die Flotte bestand im Geschäftsjahr 2008 unverändert aus vier Kreuzfahrtschiffen: der „Europa“, der „Columbus“, der „Hanseatic“ und der „Bremen“. Zwei davon befanden sich im Eigentum und zwei waren gechartert. Das durchschnittliche Flottenalter betrug dreizehn Jahre. Zwei der Schiffe, die „Bremen“ und die „Columbus“, legten im Geschäftsjahr planmäßig einen Werftaufenthalt ein, bei dem sie technisch überholt und mit einer verbesserten Innenausstattung ausgerüstet wurden.

In 2008 steigerten mit Ausnahme der „Bremen“ alle Schiffe von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten ihre Auslastung gegenüber dem Vorjahr. Die durchschnittliche Auslastung der Flotte betrug 80,2 % (Vorjahr: 78,6 %) und lag damit 1,6 Prozentpunkte über dem Vorjahr. Die durchschnittliche Tagesrate stieg um 5 % auf 422 €/Tag an.

Das zwischen der TUI AG und Royal Caribbean Cruises (RCL) gegründete Joint Venture TUI Cruises hat Anfang September 2008 den ersten Katalog veröffentlicht. Die Jungfernfahrt des ersten Schiffs von TUI Cruises, das auf den Namen „Mein Schiff“ getauft werden soll, ist für Mai 2009 geplant. Das Ergebnis 2008 enthält im Wesentlichen Anlaufkosten für Personal, Marketing und für den Aufbau der IT-Systeme.