

TUI AG  
Bilanzpressekonferenz  
18. März 2008

Rede  
Dr. Michael Frenzel  
Vorsitzender des Vorstands

- Es gilt das gesprochene Wort -

Guten Tag meine Damen und Herren, auch ich darf Sie im Namen meiner Vorstandskollegen ganz herzlich zu unserer Bilanzpressekonferenz willkommen heißen.

Die TUI AG hat auch im vergangenen Jahr für jede Menge Schlagzeilen gesorgt und Ihnen reichlich Stoff zum Schreiben und Senden geliefert. Und auch das Jahr 2008 ist wieder vielversprechend gestartet. Bevor wir uns Ihren Fragen zur aktuellen Situation und zur Strategie des TUI Konzerns widmen, möchte ich zunächst mit einigen Kernaussagen zum Geschäftsjahr 2007 und zum Jahresabschluss beginnen. Herr Feuerhake wird nach meinem Detailbericht zu den Sparten dann tiefer in die „G + V“ einsteigen.

Meine Damen und Herren, das Jahr 2007 war ein gutes Jahr für die TUI AG. Die Zeichen standen auf Wachstum und wir haben Wort gehalten und sind mit einem deutlichen Ergebnissprung in die Gewinnzone zurückgekehrt. Im Geschäftsjahr 2007 konnten wir:

- unseren Umsatz auf 21,9 Milliarden Euro steigern
- unsere operativen Ergebnisse in den Sparten insgesamt um rund 47 Prozent auf 616 Millionen Euro steigern (bereinigtes Sparten-EBITA)
- das Konzernergebnis nach einem vor allem Goodwillbedingten Minus in 2006 signifikant auf 236 Millionen Euro verbessern

- den Gewinn je Aktie erhöhen
- mit der Fusion der TUI Touristiksparte und First Choice unsere Konzernstruktur weiter verbessern.
- In 2007 haben wir, wie angekündigt, die Holding personell deutlich verkleinert und damit die Voraussetzung für deutlich niedrigere Holdingkosten geschaffen und
- last but not least haben wir mit unserem Partner Royal Caribbean Cruises Ltd. den Einstieg in den deutschen Volumenmarkt für Premium-Kreuzfahrten beschlossen. Die Freigabe der Kartellbehörden ist in der vergangenen Woche ohne Auflagen erfolgt und nun kann TUI Cruises an den Start gehen.

Letzteres, meine Damen und Herren, nehmen Sie bitte auch als klaren Beleg dafür, dass die TUI AG auch weiterhin in der Touristik bleibt. Der Tourismus ist und bleibt unser Kerngeschäft. Uns ist heute klar, dass von dem einen oder anderen Marktteilnehmer unsere Umtauschanleihe, die wir Anfang Januar begeben haben, zum Teil missverständlich in Richtung Ausstieg aus der Touristik interpretiert worden ist. Ich kann Ihnen aber versichern, dass wir nichts dergleichen vorhatten und vorhaben.

Um wieder auf unseren Jahresabschluss zurückzukommen kann man zusammenfassend sagen: Wir haben Wort gehalten. Unsere beiden Geschäftsfelder Touristik und Schifffahrt sind 2007

profitabel gewachsen. Parallel zum operativen Geschäft haben wir die Konzernstruktur verbessert. Durch die Gründung von TUI Travel ist die TUI AG heute für Investoren deutlich transparenter. Gleichzeitig haben wir unsere Konzernstruktur verschlankt und in neue Wachstumsfelder wie die Kreuzfahrt investiert.

Die Touristik hat im vergangenen Geschäftsjahr ihre Ergebnisse deutlich steigern können. Zugelegt hat einerseits der Bereich TUI Hotels & Resorts. Leicht erhöhte Kapazitäten, verbesserte durchschnittliche Auslastungen und ein nochmalig verbesserter durchschnittlicher Erlös pro Bett haben zur Ergebnissteigerung geführt. Darüber hinaus hat auch die TUI Travel ihr Ergebnis steigern können. Wobei ich an dieser Stelle gleich klarmachen möchte, dass der Ergebnisanstieg vor allem von der „alten“ TUI Touristik herrührt. Dazu später mehr.

In der Schifffahrt haben wir nach einem schwierigen Jahr 2006 im vergangenen Jahr den Turnaround geschafft und einen Gewinnsprung erzielt. Die Hapag-Lloyd hat wesentlich von der erfolgreich abgeschlossenen Integration von CP Ships profitiert und die von uns prognostizierten Synergieeffekte konnten planmäßig realisiert werden.

Ich gehe nun in der Folge ins Detail und werde Ihnen die Entwicklung der einzelnen Sparten genauer erläutern. Lassen Sie mich mit der Schifffahrt beginnen.

Das Jahr 2007 war für die weltweite Containerschifffahrt kein leichtes Jahr. Es war ein stetiges auf und ab. Die wesentlichen Parameter in diesem Geschäft sind Transportvolumina, Frachtraten und Bunkerkosten. Neu hinzugekommen ist zum Herbst vergangenen Jahres die Sorge um die Weltkonjunktur infolge der Subprime-Krise – mehr dazu später in unserem Ausblick.

Die Entwicklung in der Schifffahrtssparte war geprägt durch das anhaltende Wachstum der weltweiten Transportmärkte sowie durch eine deutliche Zunahme der Frachtraten in der Containerschifffahrt in der zweiten Jahreshälfte. Der Umsatz ging bedingt durch den Wertverlust des US-Dollars gegenüber dem Euro um 0,8 Prozent auf 6,2 Milliarden Euro zurück. Mit 6,0 Milliarden entfiel der Großteil des Umsatzes auf die Containerschifffahrt. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem leichten Rückgang um 1,2 Prozent. Die transportierten Mengen legten um 9,0 Prozent zu. Damit ist Hapag-Lloyd in 2007 stärker als der Gesamtmarkt für Containertransporte gewachsen, der um 7,8 Prozent zulegte. Seit Mitte des Jahres konnten die durchschnittlichen Frachtraten auf allen Fahrtgebieten deutlich gesteigert werden. Unterm Strich lag das Frachtratenniveau im Jahresdurchschnitt jedoch noch um 1,3 Prozent unter dem Vergleichswert des Vorjahres.

Nach Bereinigung um Sondereffekte – unter anderem sind Abgangsgewinne aus den Verkäufen der Montreal Gateway Terminals und der Minderheitsbeteiligung an der Germanischen Lloyd AG entstanden – ergab sich ein bereinigtes EBITA für die Containerschiffahrt von 183 Millionen Euro. Dies markiert einen Gewinnsprung zum Vergleichszeitraum von rund 101 Millionen Euro oder rund 125 Prozent. Die Effekte aus dem positiven Mengenwachstum und den Effizienzsteigerungen konnten die Belastungen, die aus dem schwachen US-Dollar gegenüber dem Euro resultieren, mehr als ausgleichen. An dieser Stelle möchte ich auch erwähnen, dass wir den im Jahresverlauf kontinuierlich angestiegenen Bunkerkosten durch verschiedene Maßnahmen entgegengewirkt haben. Unter anderem waren wir sehr erfolgreich bei der Absicherung der Treibstoffkosten und haben beispielsweise durch Geschwindigkeitsreduzierungen und Fahrplanoptimierungen Einsparungen beim Bunkerverbrauch erzielt.

Wachstumstreiber waren im vergangenen Jahr die Fahrtgebiete Fernost mit einem Mengenplus von 16,1 Prozent, Transpazifik mit einem Plus von 10,2 Prozent und Lateinamerika mit einem Wachstum von 12,5 Prozent.

Bei den Frachtraten zeigte sich – wie bereits erwähnt – eine Erholung im Verlauf der zweiten Jahreshälfte. Unterm Strich waren die Raten in fast allen Gebieten noch im Minus. Einzige Ausnahme ist das Fahrtgebiet Fernost mit

einer Steigerung der durchschnittlichen Frachtrate von 12,8 Prozent.

Rechnet man zum Ergebnis der Containerreederei noch das um knapp 80 Prozent gesteigerte bereinigte EBITA von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten von 14 Millionen Euro hinzu, so ergibt sich für die Schifffahrtssparte des TUI Konzerns ein bereinigtes EBITA von 197 Millionen Euro. Meine Damen und Herren, wir haben damit unser operatives Schifffahrtsergebnis mit einem Zuwachs von rund 121 Prozent mehr als verdoppelt.

Und damit möchte ich zur Entwicklung in der Touristik überleiten. Mit Touristik meinen wir die Summe aus TUI Travel und der Hotelparte TUI Hotels & Resorts.

Im Berichtsjahr 2007 stieg der touristische Umsatz auf 15,6 Milliarden Euro und lag damit um 11 Prozent über dem Vorjahreswert. Dieser deutliche Anstieg ist im Wesentlichen auf die Einbeziehung der First-Choice-Umsätze seit September 2007 zurückzuführen. Bereinigt um diesen Effekt stieg der Umsatz der alten TUI Touristiksparte um rund 2 Prozent.

Das operative Ergebnis der Touristiksparte ist 2007 mit einem Plus von 13,7 Prozent auf rund 449 Millionen Euro (bereinigtes EBITA) signifikant gewachsen. Sowohl die

TUI Travel als auch das Hotelgeschäft konnten ihre Ergebnisse prozentual zweistellig steigern.

Um so transparent wie möglich zu sein, haben wir einerseits die Ergebnisse der TUI Travel und andererseits den Ergebnisbeitrag der alten First Choice Gruppe ausgewiesen. Danach legte TUI Travel um 17,7 Prozent auf ein bereinigtes EBITA von rund 304 Millionen Euro zu. Zu dem Ergebnisanstieg von rund 46 Millionen Euro trug die alte First Choice 3,2 Millionen Euro bei. Das Ergebniswachstum ist im Wesentlichen auf die erfolgreichen Restrukturierungsprogramme in den Märkten Großbritannien und Frankreich zurückzuführen.

Ich darf an dieser Stelle kurz daran erinnern, dass wir Ende 2006 sehr schnell auf die sich abzeichnenden operativen Probleme in den Märkten Frankreich und Großbritannien reagiert haben. Unter anderem haben wir bei Thomson in Großbritannien die Back-Office Struktur komplett reorganisiert, Call Center geschlossen, den Eigenvertrieb neu aufgestellt und Provisionskürzungen beim Drittvertrieb initiiert. In Frankreich war das Geschäft Ende 2006 geprägt durch Überkapazitäten im Flugbereich, eine schwache Konjunktur infolge der sozialen Unruhen und durch das Chigunyunga-Virus im wichtigsten Zielgebiet Réunion. Unter anderem haben wir darauf hin unser Kapazitätsmanagement optimiert. Soweit ein kleiner Exkurs

zu den erfolgreichen Restrukturierungsmaßnahmen, die sich nun in den 2007er Zahlen widerspiegeln.

An dieser Stelle verzichten wir auf eine detaillierte Darstellung der Geschäftsverläufe in den einzelnen Quellmärkten, da wir sonst den Rahmen der Pressekonferenz sprengen würden. Sie finden die Einzelheiten im Geschäftsbericht in Ihren Pressemappen ab Seite 51.

Meine Damen und Herren, auch unsere Hotelparte hat sich im vergangenen Geschäftsjahr sehr gut entwickelt und die Ergebnisse sind im Vergleich zum tour operator beziehungsweise zur TUI Travel noch deutlicher angestiegen. Beim konsolidierten Außenumsatz konnte TUI Hotels & Resorts um 9,5 Prozent auf rund 380 Millionen Euro wachsen. Das operative Ergebnis stieg mit 18,6 Prozent noch deutlicher. Unterm Strich verzeichnete die Hotelparte ein bereinigtes EBITA von 146 Millionen Euro.

Bei einer insgesamt um 3 Prozent gestiegenen Kapazität konnten die Betten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 3,1 Prozentpunkte besser ausgelastet werden. Den Spitzenwert bei der Auslastung erzielte in diesem Jahr die Riu-Gruppe mit einer durchschnittlichen Auslastung von 85,6 Prozent. Und auch auf der Ertragsseite hat

TUI Hotels & Resorts im Geschäftsjahr 2007 zulegen können. So wurde der durchschnittliche Erlös pro Bett um 4,2 Prozent gesteigert, auf jetzt 46,25 Euro pro Bett.

Der konsequente Ausbau unserer Hotelparte als wesentlicher Teil der Wertschöpfung geht auch in diesem Jahr – wie angekündigt – voran. So wird TUI Hotels & Resorts insgesamt 16 Hotels von April bis November 2008 eröffnen. Ein Meilenstein ist beispielsweise die Eröffnung des Resorts Weiße Wiek in Boltenhagen an der Ostsee im Mai. Direkt an der Ostseeküste auf einem fantastischen Grundstück wird dort jeweils ein Dorfhôtel und Iberotel eröffnet. Für unsere im östlichen Mittelmeer bereits äußerst beliebte Marke Iberotel ist das damit das erste Haus in Deutschland. Ein zweites Iberotel folgt dann 2009 im Land Fleesensee, ebenfalls in Mecklenburg-Vorpommern. Abgerundet wird dieses zurzeit größte Tourismusprojekt Mecklenburg-Vorpommerns durch einen Yachthafen. Ebenfalls zu den Höhepunkten zählt zweifelsohne die Fertigstellung eines Fünf-Sterne-Hotels der Marke Riu auf Jamaika oder etwa die Expansion von ROBINSON nach Marokko und Portugal.

Wie Sie alle wissen, hat einer unserer größten Shareholder, die S-Group Capital Management, Interesse daran, neue gemeinsame Projekte mit uns für den russischen Markt zu entwickeln. Ich möchte hier noch nicht zu sehr ins Detail

gehen. Nur so viel vielleicht: Wir haben inzwischen auf der Arbeitsebene eine Expertenrunde gegründet, die mögliche gemeinsame Ideen und Projekte prüft.

Meine Damen und Herren, als Zwischenfazit lässt sich also zusammenfassend sagen: Unsere Touristiksparte ist auf Kurs. Wir werden hier weiter stark wachsen.

Ich darf an dieser Stelle nun Herrn Feuerhake bitten, noch weitere Details der TUI Bilanz zu beleuchten:

→ **Rede Herr Feuerhake**

Vielen Dank Herr Feuerhake,

ich möchte nun zum Ausblick für unser Geschäft kommen, bevor ich abschließend näher auf die Strategiedebatte eingehe, die Anfang des Jahres initiiert wurde.

Wie sehr beeinflusst die Subprime-Krise in den USA den Welthandel im Jahr 2008 und damit indirekt auch die Geschäfte von Hapag-Lloyd als einer der führenden Containerreedereien der Welt? Und: Lassen sich die Verbraucher in den europäischen Märkten – vor allem in Großbritannien – in ihren Urlaubsgewohnheiten

beeinflussen? Nun, die Markt- und Wirtschaftsforschungsinstitute sind sich in der Bewertung des Themas bislang nicht völlig einig. Allerdings mehren sich diejenigen Studien, die keine oder nur geringfügige Auswirkungen auf die Konjunktur in Deutschland beziehungsweise Europa und den weltweiten Handel sehen.

Besser als diese Studien ist ein Blick auf unsere aktuellen Buchungszahlen in der Touristik. Quer durch Europa haben wir einen guten Start in die entscheidende Sommersaison hingelegt. Nicht nur bei der Menge sind wir gut unterwegs, sondern gerade auch bei der Umsatzqualität. In Deutschland zum Beispiel verkaufen wir zurzeit besonders viele Reisen zum margenstarken Katalogpreis.

Zusammengefasst zeigt uns das, dass sich die Verbraucher ganz offensichtlich beim Thema Urlaub und Reise nicht negativ beeinflussen lassen. Urlaub ist ein Grundbedürfnis. Am Urlaub wird – wenn überhaupt – dann nahezu zuletzt gespart.

Für das Geschäftsjahr 2008 erwarten wir daher eine Steigerung der Ergebnisse sowohl bei TUI Travel als auch bei TUI Hotels & Resorts. Wir erwarten für die Touristiksparte eine Erhöhung des Umsatzes auf rund 19 Milliarden Euro. Aufgrund der bereits eingeleiteten Kapazitätsanpassungen bei TUI Travel - vor allem für den deutschen und britischen Markt - dürfte das

Umsatzwachstum im Wesentlichen aus der ganzjährigen Einbeziehung der First Choice Aktivitäten rühren. Als Ergebnistreiber bei TUI Travel sehen wir:

- die zu erwartenden Synergieeffekte
- Margenverbesserungen im so genannten Mainstreamgeschäft
- und Wachstum in den Bereichen Specialist und Activity Holidays sowie im Bereich Online Destination Services.

Die Buchungszahlen zeigen sich sowohl für die laufende Wintersaison als auch für die Sommersaison 2008 weiterhin unverändert stark. Der Bereich Northern Europe wächst bei den Umsätzen um 7 Prozent im Winter und um 9 Prozent im Sommer. In Central Europe verzeichnen wir zurzeit im Winter ein Umsatzplus von 4 Prozent und ein Wachstum von 6 Prozent in der Sommersaison. Auch Western Europe wächst sowohl in der laufenden Winter- als auch in der Sommersaison 2008 um 4 Prozent bei den Umsätzen. Und auch im margenstarken Spezialgeschäft und in den Zielgebieten sind wir sehr ordentlich unterwegs. Details dazu finden Sie im aktuellen Trading Update, welches TUI Travel heute Morgen veröffentlicht hat und auch in Ihren Pressemappen in den beigelegten Charts.

Auch für TUI Hotels & Resorts rechnen wir für das laufende Jahr mit einem Umsatz- und Ergebnisanstieg. Unter

anderem soll dies durch eine Steigerung der Übernachtungen und durch einen Anstieg der durchschnittlichen Erlöse pro Bett erreicht werden.

Unterm Strich bedeutet das, dass wir für die Touristiksparte des Konzerns - trotz einer Zunahme der Wettbewerbsintensität sowie der Gefahr erhöhter Rohstoffkosten - mit einer deutlichen Erhöhung des Ergebnisses im laufenden Geschäftsjahr rechnen.

Und damit zur Schifffahrt: Bezogen auf den Welthandel sind die Fundamentaldaten ebenfalls weiterhin robust. Nicht zuletzt getrieben durch die starke und weiter expandierende asiatische Wirtschaft wird der Welthandel aller Voraussicht nach nicht an Schwung verlieren. Für die weltweite Schifffahrtsindustrie erwarten Fachleute ein Wachstum von 7,0 Prozent im laufenden Jahr. Unser Ziel ist es auch in diesem Jahr, mit Hapag-Lloyd stärker als der Markt zu wachsen. Gleichzeitig rechnen wir mit einem Anstieg der durchschnittlichen Frachtraten über alle Fahrtgebiete hinweg. Weitere Einflussfaktoren neben der Weltkonjunktur sind zweifelsohne die Entwicklung der Bunkerpreise und das Wechselkursverhältnis des US-Dollars zum Euro. Alles in allem dürfte – abhängig vom Dollarkurs – der Umsatz unserer Schifffahrtssparte von 6,2 auf bis zu 7,0 Milliarden Euro wachsen. Durch die Erreichung der vollen Synergiepotenziale in Höhe von rund

220 Millionen Euro erwarten wir selbst bei nur moderatem Mengenwachstum und einer nur leichten Erhöhung der Frachtraten ein deutlich verbessertes Ergebnisniveau.

Insgesamt kann sowohl durch die erwartete Steigerung des Ergebnisses in der Touristik sowie durch die weitere Erholung der Schifffahrt von einer Verbesserung der Ertragskraft des Konzerns ausgegangen werden. Die TUI AG erwartet im laufenden Jahr ausreichend Ergebniszuflüsse, um für 2008 wiederum eine Dividende ausschütten zu können.

Lassen Sie mich zum Abschluss das Geschäftsjahr 2007 noch einmal kurz zusammenfassen.

- Der TUI Konzern ist in beiden Sparten auf Kurs und hat im vergangenen Jahr signifikant zulegen können.
- In der Touristik haben wir unser operatives Ergebnis um 13,7 Prozent auf 449 Millionen Euro verbessert.
- Der in 2006 von uns eingeleitete Turnaround im Quellmarkt Frankreich ist geschafft. Auch im wichtigen Markt UK profitieren wir von Restrukturierungs-Maßnahmen.
- Neben den Verbesserungen im Bereich tour operator hat das stark verbesserte Hotelergebnis zum Wachstum beigetragen.

- Das operative Ergebnis in der Schifffahrtssparte ist durch einen Gewinnsprung von 121 Prozent zum Vergleichszeitraum auf rund 198 Millionen Euro gewachsen.
- Wir haben den TUI Konzern durch die Fusion mit Frist Choice und dem anschließenden Börsengang von TUI Travel neu strukturiert und sind nun für den Finanzmarkt deutlich transparenter.
- Last but not least werden wir der Hauptversammlung vorschlagen, die Zahlung der Dividende wieder aufzunehmen. Je Stückaktie wollen wir für das Geschäftsjahr 2007 25 Euro-Cent ausschütten.
- Wir haben 2007 eine solide Basis für zukünftiges Umsatz- und Ergebniswachstum in beiden Geschäftsfeldern geschaffen.

Meine Damen und Herren, wie eingangs gesagt, möchte ich nun überleiten zur aktuellen Diskussion über die künftige Ausrichtung unserer Konzernstrategie. Ich habe in den letzten Wochen intensiv Kontakt mit unseren Investoren gesucht und mit Ihnen proaktiv die Frage diskutiert, wohin der Weg der TUI gehen soll. Der Dialog mit unseren Shareholdern, auch unseren touristischen Kern-Shareholdern, die unsere Gesellschaft zum Teil seit vielen Jahren positiv begleiten, ist uns deutlich geworden, dass

diese vor die Wahl gestellt, Schifffahrt oder Touristik auszubauen, ihre klare Präferenz in weiterem Wachstum in der Touristik sehen. Die kritische Meinung des Finanzmarktes zu unserem 2-Säulen-Modell ist uns bekannt, die der unmittelbar an einer Abspaltung Interessierten lesen wir in den letzten Tagen täglich.

Wir müssen zur Kenntnis nehmen, dass aus unterschiedlicher Motivation heute ein erheblicher Teil unserer Investoren eine Trennung von der Schifffahrt für sinnvoll erachtet. Die Reaktion des Marktes im Vorfeld der Entscheidung hat dies eindrucksvoll belegt. Unsere Verpflichtung ist es, im Interesse aller Shareholder, aber auch im Interesse der Bondholder sowie unserer Beschäftigten und Geschäftspartner, proaktiv eine Lösung zu finden, die möglichst alle Interessen angemessen berücksichtigt und dem TUI Konzern beste Entwicklungsmöglichkeiten bietet.

Wir haben uns im Übrigen schon 2006 aktiv mit möglichen Trennungsszenarien auseinandergesetzt. Im Unterschied zu damals steht heute der Konzern weit stabiler und zukunftssträchtiger da: Wir waren in 2006 inmitten der Integration von CP-Ships, eine Trennung der Schifffahrt war schon deshalb damals nicht sinnvoll. Wir schreiben anders als 2006 aktuell verbesserte Ergebnisse in beiden Geschäftsfeldern und wir haben dem Tourismus mit

TUI Travel eine Wachstumsperspektive gegeben, die wir damals nicht sahen. Als wir in 2005 CP-Ships kauften, haben wir in vielen Investorengesprächen darauf hingewiesen, dass dieser Schritt, gleich ob die Schifffahrt auf Dauer im Konzern verbleibt oder eines Tages abgetrennt wird, Wert steigernd wirkt. Wir sind zufrieden, dass es uns gelungen ist, in 2007 eine positive Entwicklung aufzuzeigen.

Wir haben mit unserem Aufsichtsrat in den letzten Tagen alle strategischen Varianten einer Trennung der beiden Geschäftsfelder diskutiert und sind zu der Empfehlung gekommen, die TUI AG auf ihr Kerngeschäftsfeld Touristik inklusive Hotels und Kreuzfahrten zu fokussieren und alle, ich wiederhole alle, Optionen der Trennung von der Schifffahrt auszuloten. In der Touristik liegen unsere Wurzeln, hier sind wir die Nummer eins. Deshalb macht es Sinn, uns hier weiter zu engagieren. Dazu gehört der Spin-off; ein möglicher Merger oder ein Verkauf als Ganzes. Für jede Variante gibt es pro und cons. Unsere Kriterien für den Weg den wir gehen wollen, sind dadurch bestimmt, dass wir natürlich im Interesse unserer Shareholder die Variante wählen, die maximal Wert schafft. Gleichzeitig streben wir für das verbleibende Unternehmen wie für die Schifffahrtssparte eine Zukunft mit einer gesunden Bilanzstruktur an. Nur so werden wir den Interessen unserer Shareholder wie der Bondholder gerecht.

Wir haben von unserem Aufsichtsrat gestern grünes Licht bekommen, konkrete Lösungen für die Trennung der Schifffahrt auszuloten. Da dies insbesondere unter Finanzierungsgesichtspunkten ein komplexer Vorgang ist, der erhebliche Vorbereitungsarbeiten erfordert, wird der Prozess einige Zeit in Anspruch nehmen. Wir haben ein Interesse daran, nachdem die Grundsatzentscheidung gefallen ist, diesen Prozess natürlich zu beschleunigen. Parallel werden wir beginnen, Wachstumsoptionen für unser touristisches Geschäft zu prüfen, die wir insbesondere im Hotelbereich sehen. Wir sind heute schon Nummer elf im Ranking der Hotelgesellschaften weltweit. Hier wollen wir weiter wachsen. Durch die Abgabe der Schifffahrt werden wir unsere Verschuldung signifikant absenken können und gleichzeitig Finanzierungsspielräume für weiteres organisches oder externes Wachstum in der Touristik verbessern, die wir mit Augenmaß wahrnehmen werden.

So weit meine Ausführungen, vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit bis hierher. Wir stehen nun gerne für Ihre Fragen zur Verfügung.