

Rede

**Dr. Michael Frenzel**

Vorsitzender des Vorstandes

**TUI AG**

**Bilanzpressekonferenz 2007**

19. März 2007 in Hamburg

**Sperrfrist, 19.3.2007**

**10.00 Uhr CET**

- Es gilt das gesprochene Wort -

Meine Damen und Herren, ich begrüße Sie auch im Namen meiner Vorstandskollegen ganz herzlich zu unserer Pressekonferenz 2007 und zur Vorlage des Geschäftsberichts für das Jahr 2006.

Die TUI AG blickt auf ein sehr ereignisreiches und keineswegs leichtes Jahr 2006 zurück. Und ereignisreich geht auch das laufende Jahr 2007 weiter. Ich gehe auf die heute Morgen gemeldete Fusion der TUI Touristik mit First Choice später im Detail ein. Gestatten Sie mir nun zunächst, dass wir Ihnen die wesentlichen Eckpunkte des Geschäftsberichts für das Jahr 2006 – heute aus gegebenem Anlass in Kurzform - präsentieren.

Meine Damen und Herren, ich sagte es schon: Es war kein leichtes Jahr für uns – aber es war auch ein Jahr mit wichtigen Entscheidungen für die Zukunft des TUI Konzerns. Wir haben das vergangene Jahr genutzt, um den TUI Konzern noch wetterfester zu machen und unsere beiden Kerngeschäftsfelder Schifffahrt und Touristik weiter zu stärken.

Hier die Eckpunkte:

- Wir haben CP Ships erstmalig für ein volles Geschäftsjahr in unsere Bilanz einbezogen. Mit der Verschmelzung der beiden Schifffahrtsgesellschaften steht der Konzern nun auf zwei starken Säulen, die beide nachhaltiges Wachstum versprechen.

Trotz des marktbedingten Zyklus im vergangenen Jahr ist es uns dennoch gelungen, mit Hapag-Lloyd noch ein positives bereinigtes Ergebnis zu erwirtschaften. Dies ist vor dem Hintergrund der vorzeitig abgeschlossenen Integration eine ordentliche Leistung.

- Mit der Veräußerung der letzten Industriebeteiligungen konnten wir zudem den Transformationsprozess vom Industriekonglomerat zum reinen Dienstleistungsunternehmen in 2006 endgültig vollenden. Neben der US-Stahlhandelsgesellschaft PNA sowie der Wolf GmbH trennten wir uns von unserer Geschäftsreiseparte TQ3.
  
- Auch bei der Verbesserung unserer Finanzierungsstruktur haben wir im Geschäftsjahr 2006 weitere wichtige Schritte unternommen. Hierzu trugen nicht nur die gerade angesprochenen Veräußerungen bei, sondern auch die von uns eingeleiteten Maßnahmen zur Reduzierung des im Konzern gebundenen Kapitals. So konnten wir kurz vor Jahresende sieben Containerschiffe aus dem Bestand von CP Ships veräußern. Durch diese Transaktion konnten wir unsere Nettoverschuldung zum Jahresende auf insgesamt 3,2 Milliarden Euro reduzieren, dies sind 600 Millionen Euro weniger als im Vergleich zum Vorjahr. Vor wenigen Tagen wurde der 80-prozentige Verkauf eines Container-Terminals in Montréal vollzogen. Dies reduziert unsere Nettoverschuldung um weitere 300 Millionen Euro.

Sie sehen, der Konzern befindet sich auch in dieser Hinsicht auf dem richtigen Weg.

- Gleichzeitig haben wir quer durch den Konzern Effizienzsteigerungs- und Kostensenkungsprogramme in einem Volumen von rund 250 Millionen Euro angeschoben. Entsprechende Aufwendungen für Restrukturierungsmaßnahmen in Höhe von weit über 100 Millionen Euro sind zum größten Teil bereits in 2006 gebucht. Und last but not least haben wir im Dezember zahlreiche strategische Ansätze auf den Weg gebracht, so zum Beispiel die Neuausrichtung unseres Fluggeschäfts.

Umsatz und Ergebnis werden steigen, die Kosten werden wir im Griff haben.

Bevor ich Ihnen die wichtigsten Zahlen des Jahresabschlusses präsentiere, möchte ich besonders darauf hinweisen, dass unsere Touristik insgesamt ein positives Jahr hinter sich hat. Bereinigt um Sondereffekte schlossen wir mit einem Ergebnis von 401 Millionen Euro ab. Das sind rund zehn Prozent mehr als im Vorjahr.

Um den Forderungen des Finanzmarktes nach mehr Transparenz nachzukommen, haben wir den Geschäftsbericht neu gestaltet und in einigen Positionen weiter vertieft. So stellen wir jetzt eine separate Gewinn- und Verlustrechnung für unsere beiden Geschäftsfelder Touristik und Schifffahrt dar.

Des Weiteren weisen wir nun ein bereinigtes EBITA als Kennzahl für unsere operative Leistungsfähigkeit aus. Darüber hinaus finden Sie weitere Angaben zum Beispiel zu Sale-and-Lease-Back-Geschäften bei Flugzeugen oder Schiffen in unserer Berichterstattung. Und wir geben den ROIC als wertorientierte Kennzahl an.

Das bereinigte EBITA ist ein Ergebnis ohne Einbeziehung von Abgangsergebnissen, Restrukturierungsaufwendungen sowie Einzel-sachverhalten wie zum Beispiel Erstkonsolidierungseffekte. Auf dieser Basis erzielten wir in der Schifffahrt ein Ergebnis von acht Millionen Euro. Und in der Touristik beträgt das bereinigte EBITA, wie bereits erwähnt, 401 Millionen Euro.

Das abgerechnete Ergebnis ist geprägt von Einmaleffekten und Sondereinflüssen. Hierzu gehörte in der Touristik ein äußerst schwieriges Marktumfeld in Großbritannien und Frankreich, dem wir frühzeitig mit umfangreichen Restrukturierungsmaßnahmen entgegengetreten sind. Gleichzeitig ist in unserer Touristiksparte ein Sonderertrag aus der Veräußerung der Geschäftsreiseaktivitäten von TQ3 entstanden.

In der Schifffahrt galt es die bereits angesprochene Integration von CP Ships mit Hochdruck voranzutreiben. Darüber hinaus sahen wir uns in unserem zweiten Geschäftsfeld einem zyklischen Tief ausgesetzt.

Trotz dieser Faktoren konnten wir in der Touristik beim abgerechneten EBITA um knapp acht Prozent auf 394 Millionen Euro zulegen. In der Schifffahrt betrug das Ergebnis minus 106 Millionen Euro.

Insgesamt konnten wir beim Ergebnis der fortzuführenden Bereiche, das im abgelaufenen Geschäftsjahr 203 Millionen Euro betrug, jedoch aufgrund der Schifffahrt nicht an den Vorjahreswert anknüpfen. Der Umsatz der fortzuführenden Bereiche, der neben den Geschäftsfeldern Touristik und Schifffahrt auch den Zentralbereich umfaßt, stieg um annähernd 13 Prozent auf 20,5 Milliarden Euro.

Das Konzern-Ergebnis liegt bei minus 847 Millionen Euro. Dies ist natürlich unbefriedigend, resultiert jedoch in erster Linie aus außerplanmäßigen Wertminderungen auf Geschäfts- und Firmenwerte in Höhe von 764 Millionen Euro. Die Abschreibungen erfolgten dabei für die Märkte Großbritannien, Irland, Frankreich sowie bei der Hotelbeteiligung Magic Life. Damit entlasten wir die Zukunft und schaffen für diese Geschäfte eine neue Basis. Ich darf darauf hinweisen, dass dies ein bilanzieller Verlust ist, der nicht Cash wirksam ist. Belastet wurde das Konzern-Ergebnis zudem durch einen überproportionalen Anstieg der Steuerquote. Aufgrund der bestehenden ertragsunabhängigen Tonnagebesteuerung der Schifffahrt kehrte sich die Entlastung der Steuerquote in den Vorjahren wegen des negativen Schifffahrtsergebnisses in 2006 in eine zusätzliche Belastung um.

Insgesamt summierten sich die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag auf 128 Millionen Euro.

Meine Damen und Herren, ich möchte in meiner Darstellung heute auf einen detaillierten Überblick über die Entwicklung des vergangenen Jahres verzichten und darf in so fern auf die Ihnen vorliegenden Pressematerialien sowie auf den Geschäftsbericht verweisen.

Lassen Sie mich nun direkt zum Ausblick kommen. Ich sagte eingangs bereits, dass wir das Jahr 2006 genutzt haben, um den TUI Konzern fit für die Zukunft zu machen. Vor allem in der Touristik haben wir uns aus einer Position der Stärke heraus für das sich dynamisch ändernde Wettbewerbsumfeld positioniert. Sie alle kennen die beherrschenden Themen in unserer Branche, die gerade auch erst die ITB dominiert haben: Online-Agenturen, modulare Bausteinreisen, Low Cost Carrier, etc. Bei all diesen Entwicklungen sind wir vorn dabei: Mit der Zusammenführung unserer Marken im deutschen Flugmarkt unter TUIfly haben wir einen rasanten Start hingelegt. TUIfly hat sich aus dem Stand heraus in den ersten beiden Monaten bezogen auf die „clicks“ und „visits“ zum führenden Reise- und Airline-Portal in Deutschland entwickelt. In den ersten zehn Wochen hat unsere Airline ein Drittel mehr Tickets verkauft als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Im Wettbewerb der europäischen Online-Portale nehmen wir in unseren wichtigsten Märkten UK, Skandinavien und Deutschland mit unseren Websites vordere Plätze ein.

Ich möchte an dieser Stelle auf die von uns eingeleiteten Maßnahmen in der Touristik nicht mehr im Detail eingehen – wir haben Ihnen diese Projekte im Dezember vorgestellt.

In der Schifffahrt sind wir durch die erfolgreiche Integration von CP Ships jetzt global aufgestellt. Wenn die Branche aus dem zyklischen Tief herauskommt, werden wir durch die überlegene IT und die branchenführende Produktivität von Hapag-Lloyd überproportional von dem Aufschwung profitieren.

Unser Programm zur weiteren Reduzierung der Verschuldung um eine Milliarde Euro kommt gut voran. 600 Millionen Euro von unserem Zielwert sind per heute bereits realisiert.

Meine Damen und Herren, Touristik und Schifffahrt sind Wachstumsbranchen. Für die Containerschifffahrt gehen wir in den Jahren 2007 und 2008 jeweils von einem deutlichen Wachstum der Transportmengen aus. Obwohl wir aktuell eine erhebliche Mengensteigerung verzeichnen, wird unser Schifffahrts-Ergebnis in den ersten Monaten noch deutlich belastet sein. Für das Gesamtjahr sollten sich die Frachtraten durch die Entwicklungen in der zweiten Jahreshälfte wieder langsam positiv entwickeln. Für 2007 gehen wir aufgrund des abgeschlossenen Integrationsprozesses von einem signifikant positiven Ergebnisbeitrag der Schifffahrt aus. Für 2008 erwarten wir dann einen weiteren deutlichen Anstieg des Ergebnisses.

Auch für die Touristik ist unsere Erwartungshaltung positiv. Die aktuelle Buchungssituation stellt sich in den meisten Quellmärkten sehr gut dar. Für die im April beginnende Sommersaison 2007 liegen die Gästezahlen der TUI konzernweit aktuell um 7,2 Prozent über dem Vorjahr. Die gebuchten Umsätze liegen mit einem Plus von 4,7 Prozent ebenfalls deutlich über dem Vorjahresniveau. Auch die zu Ende gehende Wintersaison schließt die TUI mit einem ordentlichen Buchungsplus ab. Die gebuchten Umsätze der Wintersaison liegen konzernweit 5,4 Prozent und die Gästezahlen um neun Prozent über den vergleichbaren Vorjahreswerten. Beide Werte liegen derzeit oberhalb des aktuellen Marktwachstums. Wir verzeichnen also einen guten Start ins Jahr 2007, der uns Zuversicht für unser Geschäft gibt.

Lassen Sie mich erläutern, warum wir Sie heute Morgen mit einer Fusions-Meldung überrascht haben. Ich darf an dieser Stelle noch einmal ganz herzlich Peter Long, den zukünftigen CEO von TUI Travel plc begrüßen.

Meine Damen und Herren, mein bisheriger Vortrag zum Jahresabschluss soll nicht zuletzt zeigen, dass wir im vergangenen Jahr die Basis für weiteres Wachstum geschaffen haben. Zeitgleich befindet sich die europäische Tourismusindustrie zweifelsohne in einer Konsolidierungsphase – in die wir nun aktiv eingreifen wollen. Wir haben uns in den vergangenen Wochen mit Kommentaren zu der aktuellen Entwicklung ganz bewusst zurückgehalten – das heißt aber nicht, dass wir untätig waren.

Ganz im Gegenteil: Wir haben den Markt schon seit geraumer Zeit sondiert. Unser zukünftiger Partner hat das Gleiche getan. Das Ergebnis ist die Fusion, die wir Ihnen jetzt im Detail vorstellen möchten.

Meine Damen und Herren: Die Touristiksparte der TUI und First Choice gehen zusammen. Wir schmieden damit den größten und einen der profitabelsten Reisekonzerne der Welt mit fast 30 Millionen Kunden. Mit dem Merger bauen wir unsere führende europäische Position weiter aus und verstärken uns in den wachstumsstarken Feldern des touristischen Spezialgeschäfts. Es entsteht die größte touristische Plattform weltweit. Wir schreiben gemeinsam eine neue Wachstumsstory und werden die Zukunft unserer Branche aktiv gestalten.

Was bedeutet nun konkret das Zusammengehen von TUI und First Choice?

Wir gründen ein neues Unternehmen mit dem Namen TUI Travel plc, an dem wir mit 51 Prozent die Mehrheit halten. 49 Prozent werden die ehemaligen Aktionäre von First Choice halten.

Wir bringen in TUI Travel den Großteil unserer touristischen Aktivitäten ein, sprich unsere Reiseveranstalter, die Fluggesellschaften, Zielgebietsagenturen und die Reiseleiterorganisation. Unser Hotelgeschäft verbleibt direkt unterhalb der TUI AG und soll eigenständig ausgebaut werden.

Hier sehen wir weiteres Wachstumspotenzial, welches wir mit unseren starken Hotelmarken ausschöpfen wollen. Ich möchte an dieser Stelle noch einmal bekräftigen, dass wir anders als andere Marktteilnehmer zu unserem Hotelengagement stehen, weil wir damit gutes Geld verdienen.

Kommen wir zurück zu unserer TUI Travel. Das neue Gemeinschaftsunternehmen wird seinen Firmensitz in Großbritannien haben und an der Londoner Börse gelistet sein. Die TUI Travel erwirtschaftet rund 18 Milliarden Euro Umsatz und ein Ergebnis von rund 475 Millionen Euro (EBITA) auf Basis der pro-forma Zahlen des Geschäftsjahres 2006 und ist damit einer der profitabelsten Reisekonzerne der Welt. Es ist vom Start an ein echtes Schwergewicht. Im europäischen Markt sichern wir unsere Position als Nummer eins trotz fortschreitender Marktkonsolidierung deutlich ab und sichern uns damit die Skalenvorteile für ein erfolgreiches weiteres Wachstum.

Selbstverständlich steht diese Fusion noch unter dem Vorbehalt der Zustimmung durch die europäischen Kartellbehörden sowie unter dem Vorbehalt der Zustimmung der First Choice-Aktionäre.

Meine Damen und Herren, in dieser Allianz finden zum richtigen Zeitpunkt zwei starke Partner zusammen. Wir sind uneingeschränkter Marktführer im Volumengeschäft und First Choice im Modular- und Nischengeschäft. Unser Partner ist die Benchmark für Profitabilität in der Touristik.

Wir haben eine echte Win-Win-Situation. Über eine sinnvolle Konsolidierung im britischen Markt hinaus, ist unser Motiv, in dem hochattraktiven Segment der Nischenprodukte kräftig zu wachsen. First Choice ist zum Beispiel heute Marktführer in der Vercharterung von Yachten mit weit über 1000 Schiffen. Neben Synergien auf dem UK-Markt erschließen wir uns mit First Choice den nordamerikanischen Markt und stärken auch unsere Präsenz in Frankreich. Hier betreibt First Choice ein hochprofitables Geschäft. Peter Long wird Ihnen First Choice noch im Einzelnen vorstellen.

Wesentlich für unsere Partnersuche war ein Unternehmen zu finden, welches unseres ideal ergänzt, wie wir auf Qualität und Innovation setzt und bereits heute Umsatzrenditen von rund fünf Prozent erwirtschaftet – das heißt extrem ergebnisstark ist.

Die Fusion eröffnet der Gruppe neue Wachstumsmöglichkeiten in diese hochprofitablen Spezialmärkte. Aus dem Zusammengehen erwarten wir Kostensynergien in Höhe von rund 146 Millionen Euro, die innerhalb von drei Jahren nach Abschluss der Fusion voll wirksam werden. Ein Großteil der Synergien entfällt auf den britischen Markt. Welche Auswirkungen das auf die Arbeitsplätze in Großbritannien haben wird, steht derzeit noch nicht fest. Wir werden dies in den nächsten Monaten ermitteln. Arbeitsplätze in Deutschland sind unmittelbar von der Fusion nicht betroffen.

Lassen Sie mich nun das Management Team vorstellen. Unsere neue Tochter TUI Travel plc wird geführt von Peter Long als CEO und Peter Rothwell als Deputy CEO. Im Vorstand für die Finanzen zuständig ist Paul Bowtell von First Choice. Will Waggot von TUI UK wird Group Commercial Director. Christoph R. Mueller wird verantwortlich für die Fluggesellschaften und Dr. Volker Böttcher verantwortet die Geschäfte in Zentraleuropa. Das Board der TUI Travel wird von mir als Chairman geführt. Sir Mike Hodgkinson, der bisherige Chairman von First Choice, wird Vice-Chairman.

Was bedeutet dieser Schritt nun für die TUI AG? Auch in der neuen Konstellation ändert sich die Architektur des Konzerns nicht. Der „neue“ TUI Konzern hat mit TUI Travel, den Kreuzfahrt-Aktivitäten und seinem starken Hotelportfolio in der Touristik als klare Nummer eins in der Welt exzellente Ausgangschancen. Mit unserer Schifffahrt gehören wir zu den Top-5-Playern weltweit. Mit beiden Geschäftsfeldern sind wir in überdurchschnittlich wachsenden Märkten tätig.

Mit dem bestehenden Hotelportfolio verfügt TUI über eine gesunde Ausgangsbasis zur Weiterentwicklung dieses Bereichs, bei gleichzeitig verbesserter Transparenz für den Kapitalmarkt. Wir sehen in unserer Neuaufstellung ein erhebliches Wertsteigerungspotenzial für den TUI Konzern in den kommenden Perioden.

Mit der Einbringung des touristischen Geschäfts in die neue, börsennotierte TUI Travel, ist natürlich eine Verlagerung der Aufgabenschwerpunkte der TUI AG als Führungsholding des Konzerns verbunden. Wir werden uns in Hannover noch schlanker aufstellen können. Unser Führungsprinzip wird sein, die strategische und operative Führung unserer Beteiligungen klar zu trennen.

TUI Travel plc schafft Werte für die TUI Aktionäre:

- Bei hoher Transparenz wird unser Touristikgeschäft durch eine eigenständige Börsennotierung unabhängig bewertet werden.
- Wir gewinnen mit der neuen Mannschaft zugleich ein anerkanntes Management-Team mit hoher Reputation am britischen Kapitalmarkt, welches sich exzellent mit unserer guten Mannschaft ergänzt.
- Die klare Segmentierung der Touristik mit einer eigenständigen Bewertung des Hotelbereichs durch den Kapitalmarkt wird werttreibend für unser Unternehmen sein.
- Wir haben die Chance, durch hohe operative Synergien und einer effizienten Management-Holding nachhaltig weitere Kosten einzusparen.

- Nicht zuletzt erlaubt uns unsere neue Konzernstruktur, künftige Wachstumsmöglichkeiten noch flexibler wahrzunehmen.