

Wachstumsmarkt Kreuzschifffahrt und der Ostseeraum – AIDA Cruises

Herr Hansjörg Kunze
Pressesprecher von AIDA Cruises

Rostock, den 07.04.2010

Wachstumsmarkt Kreuzschifffahrt & Ostseeraum



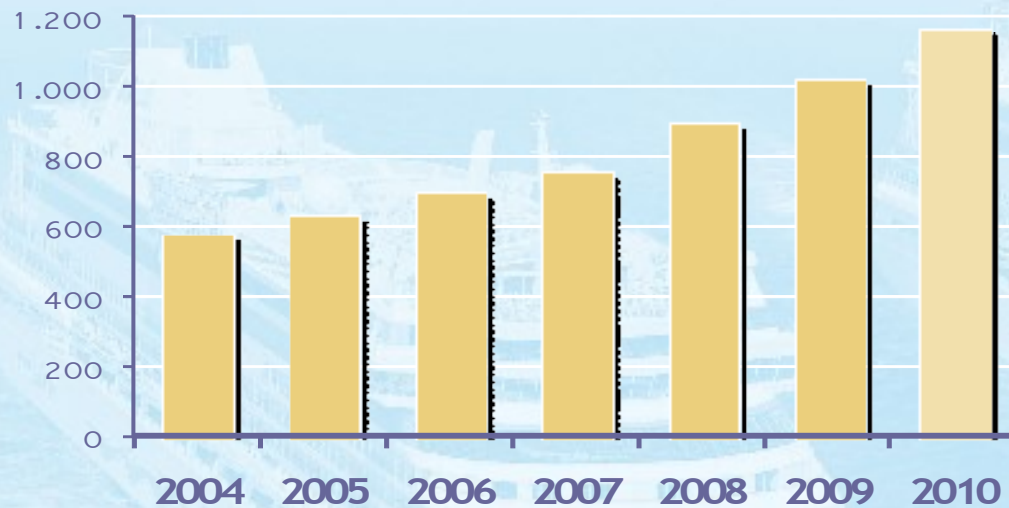
Hohe Düne, 07.04.2010

Hansjörg Kunze, AIDA Cruises

Stetiges Wachstum des deutschen Kreuzfahrtmarktes



Deutscher Kreuzfahrtmarkt
Entwicklung der Passagierzahlen (in '000)



- » Der deutsche Kreuzfahrtmarkt erreichte 2009 erstmalig über 1 Mio. Passagiere.
- » Das Wachstumstempo wird in den kommenden Jahren bei etwa 10-15% pro Jahr liegen.
- » Derzeit unternehmen lediglich 1,2% der deutschen Bevölkerung eine Kreuzfahrt.

In '000	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Passagiere	583	639	705	763	907	1.026	1.167

Entwicklungen in den Cruise Baltic Häfen (Netzwerk von 27 Kreuzfahrt-Destinationen in der Ostsee)



- » Das Kreuzfahrt-Geschäft in der Ostsee ist auch in 2009 gewachsen.
- » Die Anzahl der Passagiere ist in 2009 um 11,7 % auf 3,1 Millionen angestiegen. Von 2000 bis 2009 nahm die Passagierzahl jährlich um durchschnittlich 12,9 % zu (2000: 1,1 Millionen Passagiere).
- » Die Zahl der Anläufe stieg 2009 um 3,8 % auf 2.163.
- » Copenhagen ist der größte Hafen bezüglich Passagierzahl und Anläufen.
- » Zu den großen Häfen mit mehr als 200 Anläufen zählen außerdem Helsinki, St. Petersburg, Stockholm und Tallinn.
- » 2010 werden 70 Kreuzfahrtschiffe im Ostseeraum fahren.

AIDA Cruises auf Wachstumskurs

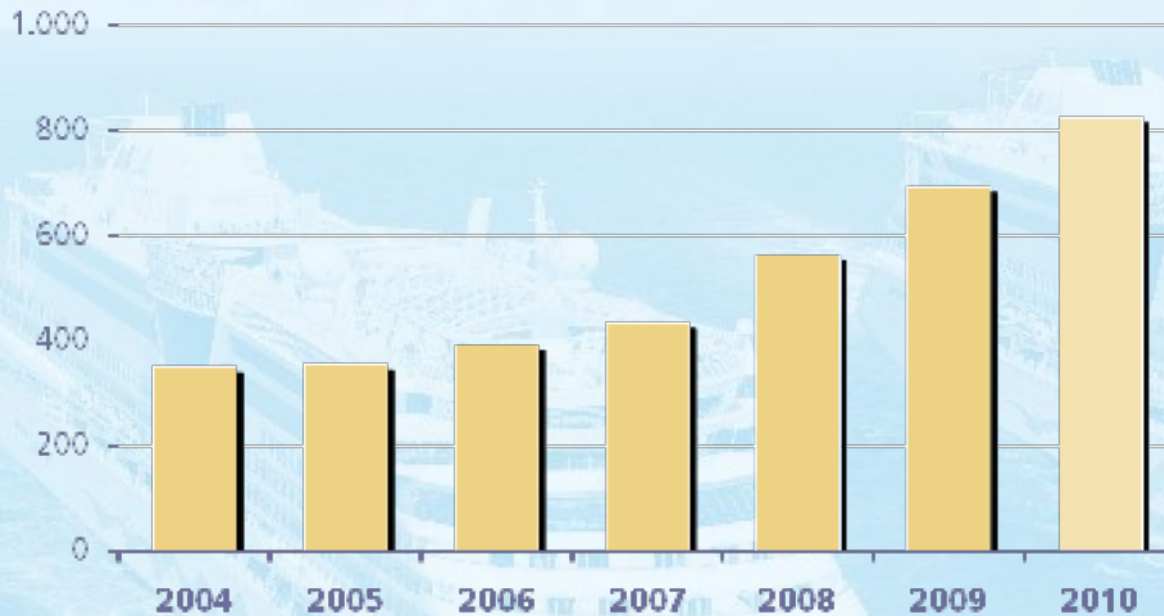


- » Mit derzeit 7 Schiffen – der modernsten Flotte der Welt – sind wir eines der wachstumsstärksten touristischen Unternehmen in Deutschland.
- » Wir sind die Nr. 1 auf dem deutschen Kreuzfahrtmarkt und die Nr. 3 in Europa.
- » Bis 2012 wird unsere Flotte um 2 weitere Schiffe von 12.000 Betten auf 16.400 Betten wachsen.
- » Im April 2011 taufen wir unser neuestes Schiff: AIDA Sol.

Kontinuierliches Umsatzwachstum



Umsatzentwicklung 2004-2010 in EUR Mio.



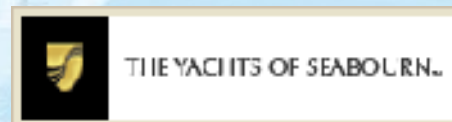
- » Im Jahr 2009 erzielten wir mit EUR 722 Mio. eine Umsatzsteigerung von 27,5% ggü. dem Vorjahr.
- » Mit 414.000 Passagieren, einer Steigerung von 23,2% ggü. 2008, sind wir das führende Kreuzfahrtunternehmen in Deutschland.



6 AIDA ist Teil der erfolgreichsten Kreuzfahrtgruppe der Welt



» Carnival Corporation & plc



» Die Gruppe ist börsennotiert an der London Stock Exchange (FTSE 100) und der New York Stock Exchange (S&P 500).

Die Marke AIDA ist klar positioniert



Die Marke AIDA steht für:

- » Zwanglose Atmosphäre
- » Erlebnisreicher Urlaub
- » Lebenslustig und kontaktfreudig
- » Frei und ungezwungen
- » Unsere Marke grenzt sich gegenüber unseren Mitbewerbern und dem traditionellen Kreuzfahrtmarkt deutlich ab.



Die AIDA Produktphilosophie



AIDA steht für:

- » Legere Kreuzfahrt mit Stil für aktive und aufgeschlossene Menschen in jedem Alter.
- » Kreuzfahrt als modernes Lifestyle-Produkt.
- » Große Vielfalt an Bord und an Land.
- » Hohe Qualität und sehr guter Service in allen Bereichen.
- » Ein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis.



AIDA ist in der ganzen Welt zu Hause



- » Ostsee
- » Nordeuropa
- » Westeuropa
- » Kanaren
- » Mittelmeer
- » Arab. Golf
- » Indien
- » Asien
- » Nordamerika
- » Karibik
- » Südamerika
- » Transatlantik

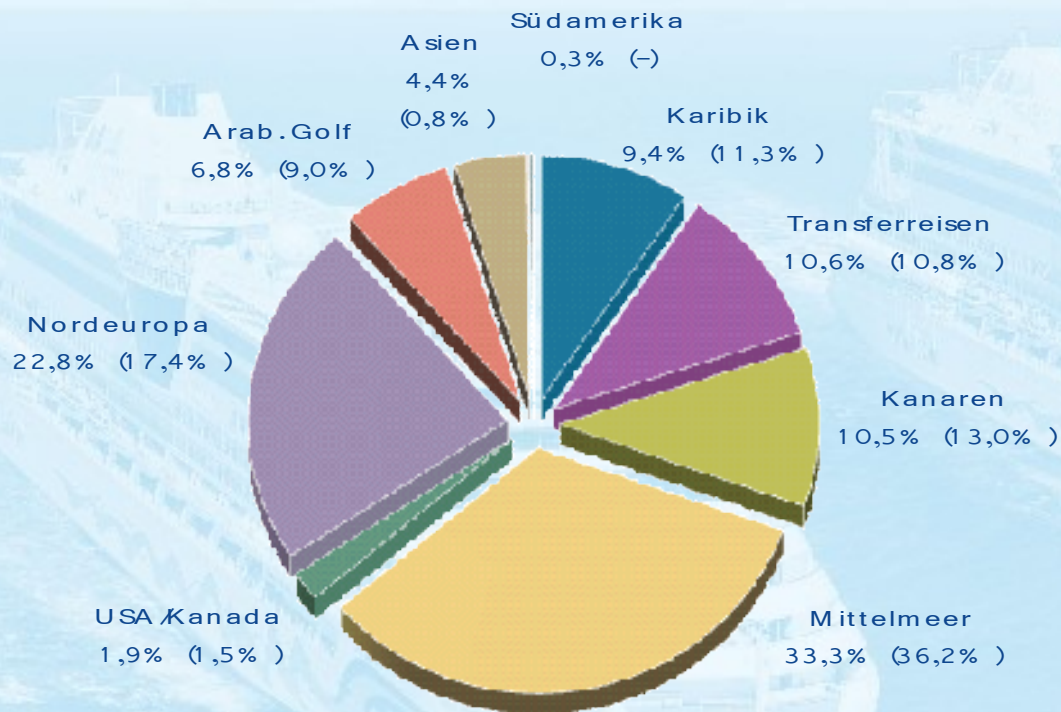
10 AIDA Routen im Ostseeraum mit AIDAblu und AIDAcara



1¹ Kontinuierliche Weiterentwicklung des Produkts



AIDA Fahrtgebiete 2010 (2009)



» Nordeuropa ist direkt nach dem Mittelmeer deutlich das zweitstärkste Fahrtgebiet und hat ggü. 2009 um 5,4 Prozentpunkte zugelegt.

» Unsere Reisedauer beträgt zwischen 3 und 21 Tagen.

1 2

Mittelmeer: weiter das Fahrtgebiet mit dem größten Potenzial



Ø: 2,4 Nennungen pro Befragtem →
Man sehnt sich nach mehr als einem
KF-Ziel

Werte in %

Quelle: RA 2009 (Januar 2009)

Basis: Kreuzfahrt auf See Potenzial 2009-2011 (n=1104; 9,2 Mio.)

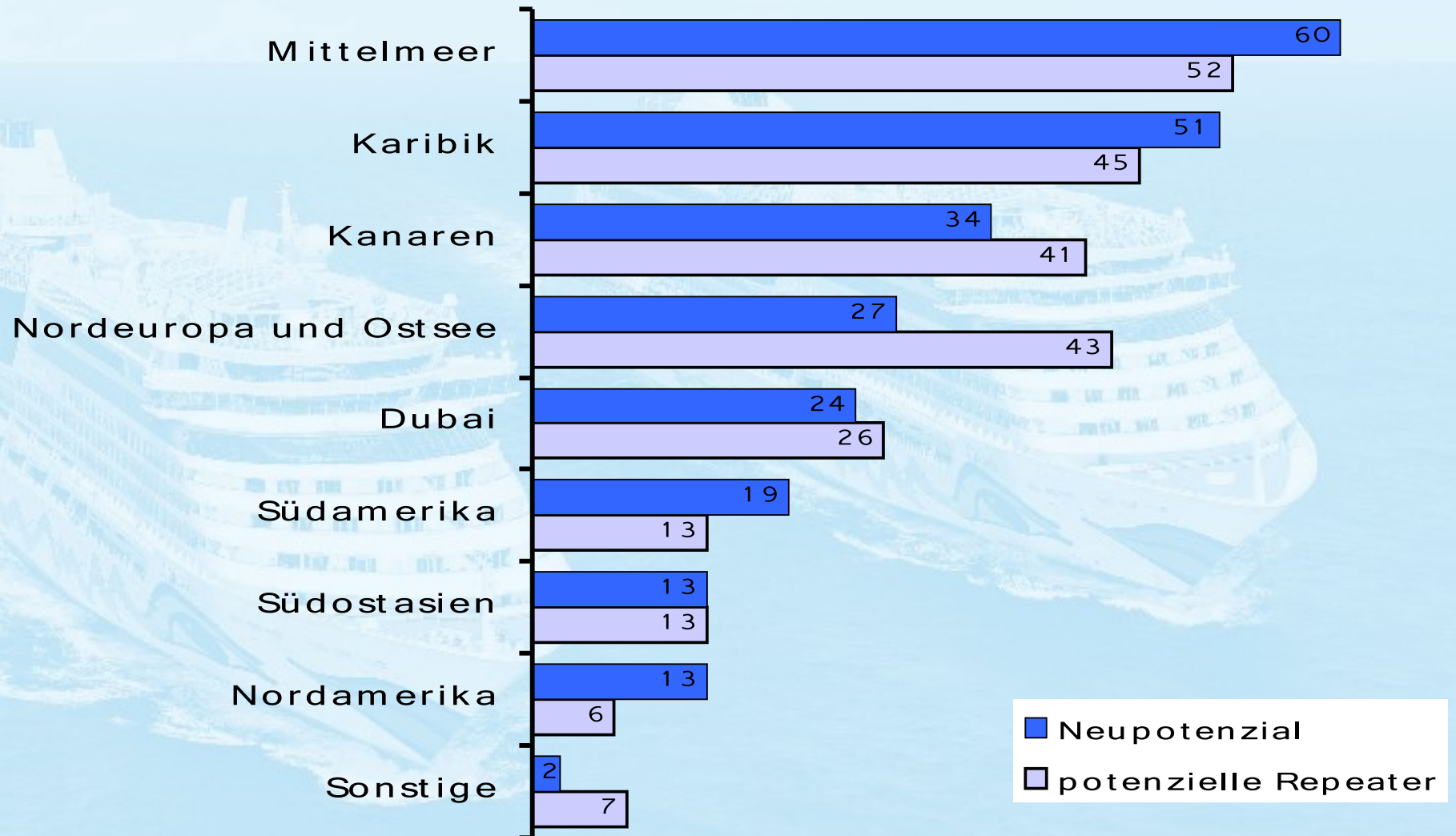
Frage: Denken Sie bitte an mögliche Zielgebiete, in denen

Kreuzfahrten auf See angeboten werden. Welche dieser Gebiete

kommen für Sie persönlich für ein Kreuzfahrt auf See in Frage?

13

Mittelmeer + Karibik fürs Neupotenzial Nordeuropa + Kanaren für Wiederholer



Werte in %

Quelle: RA 2009 (Januar 2009)

Basis: Kreuzfahrt auf See Potenzial 2009-2011 (n=1104; 9,2 Mio.)

Frage: Denken Sie bitte an mögliche Zielgebiete, in denen Kreuzfahrten auf See angeboten werden. Welche dieser Gebiete kommen für Sie persönlich für ein Kreuzfahrt auf See in Frage?

1,4 Kreuzfahrtpotential 2009-2011 Deutschland



64,9 Mio.
deutschsprachige
Personen über 14
Jahre in
Privathaushalten
in Deutschland

49,4 Mio.
unternehmen
eine oder
mehrere
Urlaubsreisen
von mind.
5 Tagen Dauer
im Jahr
(Reiseaffin)

27,5 Mio.
sind Reiseaffin und
gehören in die AIDA
Zielgruppen
Erholungsurlauber,
Familienurlauber,
Weltentdecker und
Aktivreisende

4,45 Mio.
interessieren sich
für eine Kreuzfahrt
auf See 2009-
2011



Konkretisierung des Kreuzfahrtinteresses

1.5 AIDA setzt auf nationale und internationale Partner



» Wir arbeiten weltweit mit über 12.000 Partnern zusammen:

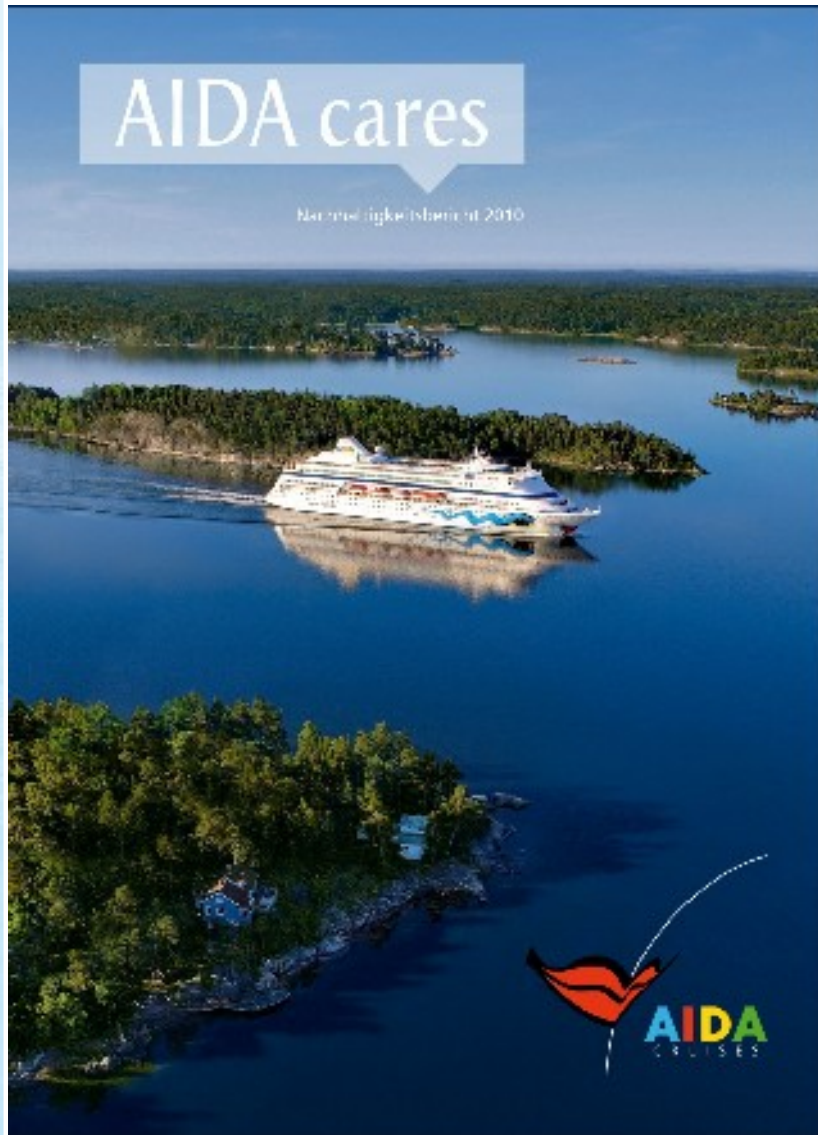
- 10.300 Reisebüros in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Benelux
- 150 Lieferanten für die Bereiche Hotel, Wellness und Ausflüge
- 140 Lieferanten für den Bereich F&B
- 1.580 Lieferanten in den Bereichen Neubau und Werften
- 230 Hafen- und Ausflugsagenturen in 150 Häfen und 70 Ländern

Investition in die Zukunft



- » In den Jahren 2007 bis 2012 erhalten wir jährlich ein neues Schiff.
- » Das Investitionsvolumen für unsere 6 Neubauten beträgt insgesamt EUR 2 Mrd.
- » Mit dieser Investition vergeben wir Aufträge an Partnerfirmen weltweit, aber auch in der Region Mecklenburg-Vorpommern.
- » Bis 2012 sichert jeder unserer Neubauten mehr als 5.000 Arbeitsplätze im Werft- und Zuliefererbereich in ganz Deutschland.

¹⁷AIDA cares: Nachhaltigkeitsbericht 2010



- » Bei unseren Schiffen setzen wir auf neueste Technologien. So konnten wir im vergangenen Jahr folgende Einsparungen realisieren:
 - 5% spezifischer Frischwasserverbrauch pro Gast
 - 5,7% Schwefeloxide pro Passagiertag
 - 1,9% Stickoxide pro Passagiertag
 - 1,9% CO₂ pro Passagiertag
- » Eine langfristige Treibstoffreduzierung gewährleisten wir nicht nur durch die moderne Ausrüstung unserer Schiffe, sondern auch durch die Optimierung von Fahrplänen und Liegezeiten.
- » In vielen Bereichen, wie z.B. der Abwasserentsorgung, liegen unsere Standards über den internationalen Forderungen.
- » AIDA wird zum Schutz der Ostsee eine strategische Partnerschaft mit dem WWF eingehen. Die Partner werden sich dann künftig auch gemeinsam für den Schutz der Schweinswale in der Ostsee einsetzen.

AIDA am Standort Rostock



- » Mecklenburg-Vorpommern ist eine der beliebtesten Urlaubsregionen in Deutschland, Rostock ein wichtiger Standort für die maritime Wirtschaft.
- » Wir fühlen uns hier zu Hause und werden Rostock auch zukünftig treu bleiben.
- » Wir werden unser Wachstum über das Jahr 2012 hinaus fortführen und so unseren Standort weiter ausbauen.
- » In der Region haben wir starke Partner, die sich auf uns verlassen können.