

TUI GROUP

Ergebnisse für das Gesamtjahr zum 30. September 2017

HIGHLIGHTS

- Drittes Jahr in Folge mit starkem Ergebnisanstieg, Zuwachs beim bereinigten EBITA¹ von 12% und beim bereinigten Ergebnis pro Aktie¹ von 34%
- Fortsetzung der Transformation des Konzerns – Ergebnisbeitrag aus eigenen Hotel- und Kreuzfahrtgesellschaften liegt inzwischen bei 56% mit einem starken ROIC und reduzierter Saisonalität
- Abschluss der Post-Merger-Phase – weiterhin zweistelliges jährliches Ergebniswachstum bei hoher Cash Conversion Rate und starkem ROIC, zunehmend auch infolge der Marktnachfrage und der Vorteile der Digitalisierung sowie der zielstrebigen Expansion unserer Hotel- und Kreuzfahrtmarken
- Dank unserer hohen Cash Conversion Rate und der Veräußerungserlöse von 2 Mrd. € können wir unser Wachstum finanzieren, eine attraktive Dividende zahlen und die Bilanz stärken
- Die Buchungsentwicklung für künftige Saisons verläuft insgesamt gut – dank unseres ausgewogenen Portfolios an Quellmärkten und Destinationen und unserer starken Wettbewerbsposition sind wir für künftiges Wachstum gut gerüstet
- Wir erwarten, im GJ18¹ einen Zuwachs beim bereinigten EBITA von mindestens 10% zu erzielen, und verlängern unsere Prognose für ein durchschnittliches jährliches Ergebniswachstum um mindestens 10% um ein weiteres Jahr bis zum GJ20¹
- Wir haben ein klares Ziel – starke strategische Positionierung, starkes Ergebniswachstum und starke Liquiditätsgenerierung bei einer Verdopplung des bereinigten EBITA zwischen GJ14 und GJ20

WESENTLICHE FINANZKENNZAHLEN

Gesamtjahr zum 30. September				
Mio. €	2017	2016	Veränd.	Konstante Wechselkurse Veränd. ¹
Umsatz	18.535	17.154	+8,1%	+11,7%
Bereinigtes EBITA ²	1.102	1.001	+10,2%	+12,0%
Berichtetes EBITA ³	1.027	898	+14,3%	+16,2%
Bereinigtes Ergebnis pro Aktie ⁴	1,14	0,86	+32,6%	+33,7%
Vorsteuerergebnis ⁵	1.080	618	+74,6%	+76,8%
Verschuldungsdeckungsgrad ⁶	2,5-fach	3,3-fach	+0,8-fach	n/a
Kapitalrendite (ROIC) ⁷	23,6%	21,9%	+1,7 %p	n/a
Dividende pro Aktie	€0,65	€0,63	12,0% ⁸	n/a

¹ Auf Basis konstanter Wechselkurse für das Ergebnis im Berichtsjahr und im Vorjahr

² Das bereinigte EBITA ist um Abgangsergebnisse von Finanzanlagen, Restrukturierungsaufwendungen nach IAS 37, Anschaffungsnebenkosten und bedingte Kaufpreiszahlungen bei Kaufpreisallokationen sowie andere Aufwendungen und Erträge aus Einzelsachverhalten korrigiert worden

³ Das berichtete EBITA umfasst das Ergebnis vor Nettozinsergebnis, Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sowie Wertminderungen auf Geschäfts- und Firmenwerte und ohne das Ergebnis aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten

⁴ Für die Berechnung des bereinigten Ergebnisses pro Aktie verweisen wir auf S. 58 des Geschäftsberichts

⁵ Für eine Überleitung vom Vorsteuerergebnis auf die Kennzahl bereinigtes EBITA verweisen wir auf S. 57 des Geschäftsberichts

⁶ Der Schuldendeckungsgrad errechnet sich als das Verhältnis von Brutto-Finanzschulden (einschließlich der Netto-Pensionsverpflichtungen und beizulegender Zeitwert der operativen Mietverträge) zu dem berichteten EBITDAR

⁷ ROIC (Return on Invested Capital) errechnet sich als Quotient aus dem bereinigten EBITA und dem durchschnittlich gebundenen verzinslichen Kapital des Konzerns bzw. des relevanten Segments

⁸ Das prozentuale Wachstum der Dividende pro Aktie errechnet sich anhand der Basisdividende für das GJ16 von 0,58 € pro Aktie (ohne die zusätzlichen 10%, die in den letzten zwei Jahren gezahlt wurden, wie zum Zeitpunkt des Zusammenschlusses angekündigt)

Geschäftsbericht und Investoren- und Analystenpräsentation sowie -webcast

Ein vollständiges Exemplar unseres Geschäftsberichts findet sich auf unserer Website: <http://www.tuigroup.com/de-de/investoren>. Eine Präsentation und ein Webcast für Investoren und Analysten findet heute um 9:30 Uhr GMT/10:30 Uhr MEZ statt. Die Präsentation wird vor Beginn der Veranstaltung auf unserer Website zugänglich gemacht. Dort finden sich auch nähere Angaben zum Webcast, der später als Aufzeichnung zur Verfügung stehen wird.

ERGEBNISSE GJ17

- Wir haben das dritte Jahr in Folge einen starken Ergebniszuwachs erzielt. Das bereinigte EBITA ist auf 1.102 Mio. € gestiegen. Auf Basis konstanter Wechselkurse beträgt der Zuwachs 12%. Dieses Wachstum ist auf die Entwicklung sämtlicher Geschäftsbereiche, unserer eigenen Hotel- und Kreuzfahrtmarken sowie unserer Quellmärkte und die Realisierung der letzten Synergien aus dem Zusammenschluss zurückzuführen. Der signifikante Ergebniszuwachs wurde trotz der (bereits zuvor beschriebenen) Auswirkungen einer außergewöhnlich hohen Zahl an Krankmeldungen bei TUI fly zu Beginn des Geschäftsjahres und der Folgen der Insolvenz der Air Berlin (nähere Angaben s.u.) erzielt.

Mio. €	
Bereinigtes EBITA GJ16	1.001
Hotels & Kreuzfahrten	+131
Quellmärkte & übrige Segmente	+8
Synergien aus dem Zusammenschluss	+20
TUI fly-Krankenstand (Q1)	-24
Air Berlin-Insolvenz	-15
Bereinigtes EBITA GJ17 exkl. Wechselkurseffekt	1.121
Wechselkurseffekt	-19
Bereinigtes EBITA GJ17	1.102

- Der Zuwachs beim bereinigten EBITA wurde von allen Geschäftsbereichen getragen. Dies stellt die Stärke unseres integrierten Geschäftsmodells und unseres ausgewogenen Portfolios an Quellmärkten und Destinationen unter Beweis.

Bereinigtes EBITA in Mio. €	GJ17 auf Basis konstanter Wechselkurse	GJ16	Veränd. auf Basis konstanter Wechselkurse	GJ17 auf Basis tatsächlicher Wechselkurse	Veränd. auf Basis tatsächlicher Wechselkurse
Hotels & Resorts	362	304	+58	357	+53
Kreuzfahrten	263	191	+72	256	+65
Quellmärkte	532	554	-22*	526	-28*
Region Nord	351	383	-32	346	-37
Region Zentral	72	85	-13*	71	-14*
Region West	109	86	+23	109	+23
Übrige Touristik	18	8	+10	13	+5
Touristik Gesamt	1.175	1.057	+118	1.152	+95
Alle Übrigen Segmente	-54	-56	+2	-50	+6
TUI Group Gesamt	1.121	1.001	+120	1.102	+101

* beinhaltet die negativen Auswirkungen der außergewöhnlich hohen Krankmeldungen bei TUI fly zu Beginn des Geschäftsjahres (24 Mio. €) und die Auswirkungen der Insolvenz der Air Berlin (15 Mio. €); ohne diese Faktoren belief sich die Veränderung in den Quellmärkten auf +17 Mio. € auf Basis konstanter Wechselkurse, und die Veränderung in der Region Zentral belief sich auf +26 Mio. €

- Das Segment Hotels & Resorts erzielte eine starke Geschäftsentwicklung mit einem Anstieg des ROIC auf 13,2% (gegenüber den durchschnittlichen gewichteten Segment-Kapitalkosten von 8,5%).**
 - Im abgelaufenen Geschäftsjahr eröffneten wir zehn neue Hotels unserer Kernmarken. Damit liegt die Gesamtzahl der Neueröffnungen seit dem Zusammenschluss bei 28. Mehr als 60% dieser Hotels werden mit keiner bzw. geringer Kapitalintensität betrieben.
 - Dank unseres starken Portfolios an Marken und Destinationen sowie unseres integrierten Geschäftsmodells erzielt unser Segment Hotels & Resorts weiterhin eine hohe Auslastung, die mittlerweile auf 79% gestiegen ist. Die durchschnittlichen Erlöse pro Bett sind um 6% angestiegen. Das Ergebnis spiegelt eine anhaltend

- starke Geschäftsentwicklung im westlichen Mittelmeerraum und in der Karibik sowie ermutigende Verbesserungen in der Türkei und Nordafrika und die Ergebnisse der neu eröffneten Hotels wider.
 - Im GJ17 ist der ROIC im Segment Hotels & Resorts zum vierten Mal in Folge gestiegen. Dies stellt die Attraktivität unseres Portfolios an Hotel- und Clubmarken, unsere Vertriebsstärke und unseren disziplinierten Investitionsansatz unter Beweis.
 - Für weitere Erläuterungen zum Segment Hotels & Resorts verweisen wir auf Seite 60 des Geschäftsberichts.
- **Das Segment Kreuzfahrten erzielte erneut einen starken Ergebniszuwachs mit einem Anstieg des ROIC auf 19,9% (gegenüber den durchschnittlichen gewichteten Segment-Kapitalkosten von 5,25%).**
 - Der Ergebniszuwachs war vor allem auf die Indienststellung neuer Schiffe in Deutschland und Großbritannien zurückzuführen.
 - Trotz des Kapazitätsausbaus sind die Durchschnittsraten aller drei Flotten gestiegen.
 - Das Segment verzeichnet weiterhin einen starken ROIC. Dies spiegelt unsere Kapitalbeteiligung an TUI Cruises und eine ausgezeichnete Geschäftsentwicklung unserer britischen Tochtergesellschaft und der Hapag-Lloyd Cruises wider.
 - Für weitere Erläuterungen zum Segment Kreuzfahrten verweisen wir auf die Seiten 60 und 61 des Geschäftsberichts.
- **Dank seiner geographischen Reichweite, marktführenden Positionen, beliebten Urlaubsprodukte und Effizienzsteigerungsmaßnahmen erzielte der Bereich Vertrieb & Marketing eine starke Entwicklung des Portfolios in den Quellmärkten.**
 - Die Gästezahlen (ohne die Gemeinschaftsunternehmen) stiegen um 6% auf 20,2 Millionen. Das Wachstum wurde von allen drei Regionen getragen.
 - Die Quellmärkte erzielten insgesamt eine hohe Weiterempfehlungsrate (NPS) von 50, die in den meisten Märkten gegenüber dem Vorjahr gestiegen ist.
 - Die Markenmigration zu TUI wurde in den Nordischen Ländern und Belgien erfolgreich abgeschlossen. Dadurch wurde der Anteil des Direkt- und Onlinevertriebs weiter auf 73% bzw. 46% gesteigert. In Großbritannien verläuft die im Oktober gestartete Markenmigration sehr gut.
 - Insgesamt erzielten die Quellmärkte in diesem Jahr eine starke Entwicklung ihrer Portfolios mit einer besonders guten operativen Entwicklung in den Nordischen Ländern, Deutschland und Benelux in diesem Sommer. Wie bereits zuvor dargestellt, hat dies zu einem Ausgleich des enttäuschenden Q4 in Frankreich und der durch die Währungskosteninflation bedingten Normalisierung der Margen in Großbritannien geführt.
 - Wie bereits kommuniziert, wurde das Ergebnis durch die zu Beginn des Jahres entstandenen Kosten in Höhe von 24 Mio. € für unerwartet hohe Krankmeldungen bei TUI fly-Crews beeinträchtigt.
 - Das Ergebnis der Region Zentral umfasst auch eine negative Veränderung gegenüber dem Vorjahr in Höhe von etwa 15 Mio. € infolge der Air Berlin Insolvenz. Diese basieren auf Ausfällen von Forderungen für Flugzeuge und Crews, die im GJ17 an Air Berlin verleast waren und denen Air Berlin nicht nachkommen konnte.
 - Für weitere Informationen zu den Quellmärkten verweisen wir auf die Seiten 61 bis 63 des Geschäftsberichts.
- Die Segmente Übrige Touristik und Alle Übrigen Segmente spiegeln die endgültige Realisierung der Synergien aus dem Zusammenschluss sowie ein gutes Geschäftsergebnis im Bereich Destination Services wider, der einen wesentlichen Teil des Urlaubserlebnisses der Gäste ausmacht.
- Bereinigungen zwischen bereinigtem und berichtetem EBITA sind in diesem Jahr weiter zurückgegangen. Dies war auf ein anhaltend diszipliniertes Management der Einzelsachverhalte zurückzuführen. Für weitere Angaben zu den Bereinigungen verweisen wir auf die Seiten 57 bis 58 des Geschäftsberichts.
- Das bereinigte Ergebnis pro Aktie stieg auf 1,14 € bzw. um 34% auf Basis konstanter Wechselkurse. Dies war auf die oben beschriebene starke operative Geschäftsentwicklung, niedrigere Finanzierungskosten aufgrund unseres verbesserten Ratings sowie einen niedrigen bereinigten effektiven Steuersatz von 20% zurückzuführen. Zu der Berechnung des bereinigten Ergebnisses pro Aktie verweisen wir auf Seite 58 des Geschäftsberichts.
- Auch das Vorsteuerergebnis stieg signifikant auf 1.080 Mio. €. Es beinhaltete einen Veräußerungsgewinn von 172 Mio. € aus dem Verkauf unserer verbliebenen Beteiligung an Hapag-Lloyd AG im Berichtszeitraum.
- Wir erzielen weiterhin eine starke Cash Conversion Rate, die auf unser diszipliniertes Management des Working Capital, der Einzelsachverhalte und Investitionen sowie unsere niedrigen Finanzierungskosten und den niedrigen effektiven Steuersatz zurückzuführen ist. Außerdem haben wir seit September 2016 rund 2 Mrd. € aus dem Verkauf von Hotelbeds, Travelopia und Hapag-Lloyd AG generiert. Unser starker Cashflow und die Veräußerungserlöse

ermöglichen es uns, unser Wachstum zu finanzieren, eine attraktive Dividende zu zahlen und die Bilanz zu stärken. Zugleich reduzieren wir in diesem Jahr unsere Verschuldungsdeckung weiter.

- Wir verpflichten uns weiterhin dazu attraktive Renditen für unsere Aktionäre zu erwirtschaften und schlagen eine Dividende von 0,65 € pro Aktie vor. Dies entspricht unserer Dividendenpolitik, die Entwicklung der Basisdividende an die bereinigte Ergebnisentwicklung des Konzerns auf Basis konstanter Wechselkurse zu koppeln.

DIE BUCHUNGEN FÜR KÜNFTIGE SAISONS ENTWICKELN SICH INSGESAMT GUT

- Die Nachfrage nach unseren Urlaubsreisen, Hotel- und Kreuzfahrtmarken ist weiterhin stark:
 - Weiteres Wachstum unserer konzerneigenen Hotelmarken mit sieben bislang für das GJ18 geplanten Neueröffnungen, einer anhaltend starken Nachfrage nach Destinationen im westlichen Mittelmeerraum und in der Karibik sowie einer verbesserten Nachfrage nach der Türkei und Nordafrika.
 - Starke Erträge und Auslastungsfaktoren bei allen drei Kreuzfahrtmarken – 2018 und 2019 sollen neue Kreuzfahrtschiffe in Dienst gestellt werden.
 - Die Gästezahlen und Durchschnittspreise der Quellmärkte liegen für das Winterprogramm 2017/18 um 3% über dem Vorjahr. Der Anteil bereits gebuchter Reisen liegt leicht über dem Vorjahresstand. Buchungen für das Sommerprogramm 2018 verlaufen erwartungsgemäß, auch wenn wir noch in einer sehr frühen Phase des Buchungszyklus sind.

AKTUELLE BUCHUNGSENTWICKLUNG

Die Nachfrage nach unseren Urlaubsreisen, Hotels und Kreuzfahrten ist weiterhin stark. Im Bereich Hotels & Resorts haben wir bislang für das GJ18 sieben Neueröffnungen von Häusern unserer Kernmarken geplant, darunter Robinson Clubs auf den Malediven und in Thailand, Riu-Hotels in Mexiko und Bulgarien, zwei Blue Diamond-Hotels in der Dominikanischen Republik und ein Sensatori-Resort auf Rhodos. Wir setzen auch die Straffung unseres Portfolios fort und haben die Neupositionierung weiterer vier Hotels als TUI Blue-Hotels geplant. Wir sehen weiterhin eine starke Nachfrage nach Zielen im westlichen Mittelmeerraum und in der Karibik, die bereits eine hohe Auslastung und hohe Raten aufweisen, und erwarten, dass sich die Nachfrage nach Reisen in die Türkei und nach Nordafrika, auch aus unseren eigenen Quellmärkten, verbessert.

Im Mai 2018 werden wir zwei neue Schiffe in Dienst stellen: die neue Mein Schiff 1 für TUI Cruises in Hamburg und die Marella Explorer (die frühere Mein Schiff 1) in Palma de Mallorca. Weitere Schiffe folgen im Sommer 2019 für TUI Cruises und Marella Cruises. Zudem erhält die Hapag-Lloyd Cruises zwei neue Expeditionsschiffe im Kalenderjahr 2019. Die Buchungen für die neuen und bestehenden Schiffe entwickeln sich sehr erfreulich, mit Ratenanstiegen für alle drei Marken im Vergleich zum Vorjahr.

Die Buchungsentwicklung in den Quellmärkten verläuft erwartungsgemäß gut. Die Gästezahlen für das Winterprogramm liegen über dem Vorjahresniveau. Besonders hohe Buchungszuwächse werden für Reisen nach Thailand, auf die Kapverden, nach Nordafrika und Zypern verzeichnet. Die Nachfrage nach Reisen in die Karibik zeigt sich seit den Hurrikanen im September etwas verhalten. Diese Entwicklung wird jedoch durch eine stärkere Nachfrage nach anderen Destinationen aufgefangen, so liegen die Buchungen auf der Langstrecke insgesamt um 4% über dem Vorjahr. Sowohl die Nordischen Länder als auch Deutschland setzen ihre starke Entwicklung fort. In Deutschland bauen wir unseren Marktanteil bei einer guten Entwicklung der Buchungsmargen weiter aus. Hier ist die Nachfrage nach Reisen auf die Kanaren, nach Nordafrika und Thailand besonders stark. In den Nordischen Ländern hält das starke Wachstum der Gästezahlen an. Es spiegelt unsere Strategie wider, den Anteil der Frühbucher zu erhöhen. Zudem erzielen wir starke Margen durch die Einführung unseres Yield Management Systems. In Benelux liegen die Gästezahlen und Durchschnittspreise über dem Vorjahresniveau.

Trotz der Brexitentscheidung zeigt Großbritannien weiterhin eine robuste Geschäftsentwicklung, die unseren Erwartungen entspricht. Die Entwicklung der Buchungszahlen und Preise beim Winterprogramm 2017/18 gegenüber dem Vorjahr spiegelt den sehr starken Start in die entsprechende Vorjahressaison (als die Buchungen um 19% über dem Vorjahr lagen, inklusive Marella Cruises) und die Auswirkungen der währungsbedingten Inflation wider. Die Auslastung und der Anteil des verkauften Programms entsprechen in Großbritannien dem Vorjahresstand. Wir freuen uns auch sehr über die Fortschritte bei der Umsetzung der Markenmigration in Großbritannien. Die ungestützte Bekanntheit der Marke TUI liegt über dem von uns für diese Phase erwarteten Wert. Die Nachfrage nach Auslandsreisen in Großbritannien bleibt hoch und insgesamt normalisieren sich die Margen auf dem Pauschalreisemarkt, vor allem infolge der Schwäche des britischen Pfunds. Wir erzielen weiterhin gesunde Margen und sind im Wettbewerbsumfeld gut positioniert. TUI ist klarer Marktführer bei Pauschalreisen im britischen Markt mit einer starken Weiterempfehlungsrate (NPS) von 55 im GJ17, einem hohen Anteil des Direkt- und Onlinevertriebs und einem integrierten, effizienten Geschäftsmodell.

<u>Quellmärkte - Buchungsentwicklung²</u>	<u>Winterprogramm 2017/18</u>			
Veränd. ggü. Vorjahr %	Gesamt- umsatz	Gäste- zahl	Durch- schnitts- reisepreis	Verkauftes Programm (%)
Region Nord	+6	+0	+6	63
UK	+3	-4	+8	57
<i>Nachrichtlich: UK inkl. Kreuzfahrten</i>	+7	-3	+10	59
Nordische Länder	+10	+7	+3	74
Region Zentral	+7	+8	-1	64
Deutschland	+9	+9	+1	63
Region West	+3	+0	+2	65
Benelux	+4	+2	+2	65
Quellmärkte Gesamt	+6	+3	+3	63
<i>Nachrichtlich: Quellmärkte Gesamt inkl. UK Kreuzfahrten</i>	+7	+3	+3	64

² Stand 3. Dezember 2017, auf Basis konstanter Wechselkurse; die Kennzahlen umfassen sämtliche Kunden, ungeachtet einer etwaigen Ausfallgefährdung

Für das Sommerprogramm 2018 entspricht die Buchungsentwicklung der Quellmärkte unseren Erwartungen, auch wenn wir uns noch in einer sehr frühen Phase des Buchungszyklus befinden. Wie in dieser Phase üblich, ist das Programm lediglich in Großbritannien zu mehr als 20% gebucht. Die gebuchten Umsätze in Großbritannien (ohne Marella Cruises) liegen um 2% über dem Vorjahresniveau. Insgesamt liegen die Buchungen leicht unter dem Vorjahr, das einen sehr starken Start verzeichnete (hier lagen die Buchungen bei +9% inklusive Marella Cruises), während die Durchschnittspreise um 4% über dem Vorjahr liegen.

TREIBSTOFF/FREMDWÄHRUNGEN

Unsere Strategie, den Großteil unseres Treibstoff- und Fremdwährungsbedarfs für zukünftige Saisons wie nachstehend beschrieben abzusichern, wird unverändert fortgesetzt. Sie verschafft uns Kostensicherheit bei der Planung unserer Kapazitäten und Preise. Die nachstehende Tabelle zeigt den jeweiligen Anteil unserer geplanten Bedarfe an den Währungen Euro und US-Dollar sowie an Flugbenzin, der aktuell in unseren Quellmärkten abgesichert ist, die über 90% des Währungs- und Treibstoffrisikos des Konzerns ausmachen.

	Winter 2017/18	Sommer 2018	Winter 2018/19
Euro	95%	71%	36%
US-Dollar	93%	86%	50%
Treibstoff	93%	85%	63%

Stand 8. Dezember 2017

DIVIDENDE

Vorstand und Aufsichtsrat empfehlen eine Dividende von 0,65 Euro pro Aktie für das Geschäftsjahr 2017. Sofern die Hauptversammlung am 13. Februar 2018 zustimmt, wird die Dividende am 16. Februar 2018 an die Anteilseigner ausgeschüttet, die bei Börsenschluss am 13. Februar 2018 entsprechende Aktien halten.

AUSBLICK

Drei Jahre nach dem Zusammenschluss sind wir heute deutlich stärker, besser integriert und strategisch besser ausgerichtet. Nachdem wir die Synergien aus dem Zusammenschluss vollständig gehoben und die nicht zum Kerngeschäft gehörenden Bereiche veräußert haben, ist die Post-Merger-Phase nunmehr abgeschlossen.

Für die Zukunft erwarten wir, bei einer reduzierten Saisonalität, hoher Cash Conversion Rate und einem starken ROIC weiterhin ein zweistelliges Ergebniswachstum zu erzielen. Das Wachstum wird zunehmend durch die Marktnachfrage und die Vorteile der Digitalisierung sowie eine disziplinierte Expansion unserer Hotel- und Kreuzfahrtmarken getrieben.

Wir haben ein klares Ziel: eine starke strategische Ausrichtung, starkes Ergebniswachstum und eine starke Liquiditätsgenerierung bei einer Verdopplung des bereinigten EBITA zwischen GJ14 und GJ20.

In Hinblick auf die laufenden Brexit-Verhandlungen zwischen Großbritannien und der EU erwarten wir von den an den Verhandlungen Beteiligten, dass sie eine tragfähige Lösung für die Airlines erarbeiten und fordern sie dazu auf. Bis zur Erreichung einer solchen Lösung sind die aktuell geltenden Regelungen zu verlängern. Zwar haben wir keinen Einfluss auf die Ergebnisse dieser Verhandlungen, doch bereiten wir uns auf alle Eventualitäten vor, um potenzielle Störungen unseres Geschäftsbetriebs zu managen.

Die Buchungsentwicklung für künftige Saisons verläuft insgesamt gut, und dank unseres ausgewogenen Portfolios an Märkten und Destinationen sowie unserer starken Wettbewerbsposition sind wir gut positioniert, um trotz externer Faktoren, die sich gelegentlich auf bestimmte Teile unseres Geschäfts auswirken, weiteres Wachstum zu erzielen. Wir erwarten daher, einen Zuwachs beim bereinigten EBITA von mindestens 10% im GJ18¹ zu erzielen, und verlängern unsere bestehende Prognose eines jährlichen durchschnittlichen Wachstums beim bereinigten EBITA von mindestens 10% bis zum GJ20¹.

Für das GJ18¹ geben wir folgende detaillierte Prognose ab:

- Umsatz – Zuwachs von etwa 3% (ohne Kosteninflation infolge von Währungseffekten)
- Bereinigtes EBITA – mindestens 10% Zuwachs
- Bereinigungen – etwa 80 Mio. €
- Nettozinsen – etwa 120 Mio. €
- Netto-Sach- und Finanzinvestitionen – etwa 1,2 Mrd. €, einschließlich der Netto-Vorauszahlungen und des erwarteten Erwerbs der Mein Schiff 1 für Marella Cruises und eine Verschiebung von Investitionen aus dem Geschäftsjahr 2017
- Nettoverschuldung am Jahresende – leicht negativ, spiegelt die Investitionen in Wachstum durch Transformation sowie die Flugzeugbestellungen wider
- Finanzziele – Verschuldungsdeckung des 3,0- bis 2,25-fachen Ergebnisses, Zinsdeckung in Höhe des 5,75- bis 6,75-fachen Ergebnisses.

¹ Auf Basis konstanter Wechselkurse für das Ergebnis im Berichtsjahr und im Vorjahr sowie der aktuellen Konzernstruktur

HAUPTVERSAMMLUNG UND Q1 GJ18

TUI Group hält am 13. Februar 2018 ihre Hauptversammlung ab und veröffentlicht ihren Bericht für das erste Quartal des GJ18.

KONTAKT FÜR ANALYSTEN & INVESTOREN

Peter Krüger, Director Investor Relations and M&A

Tel.: +49 (0)511 566 1440

Kontakt für Analysten und Investoren in Großbritannien, Irland und Amerika

Sarah Coomes, Head of Investor Relations

Tel.: +44 (0)1293 645 827

Hazel Chung, Investor Relations Manager

Tel.: +44 (0)1293 645 823

Kontakt für Analysten und Investoren in Kontinentaleuropa, Mittlerer Osten und Asien

Nicola Gehrt, Head of Investor Relations

Tel.: +49 (0)511 566 1435

Ina Klose, Investor Relations Manager

Tel.: +49 (0)511 566 1318

Jessica Blinne, Team Assistant

Tel.: +49 (0)511 566 1425