

TUI GROUP

Ergebnisse für das Gesamtjahr zum 30. September 2019

HIGHLIGHTS

- Das bereinigte EBITA des Konzerns im GJ19 entsprach der, infolge des MAX-Flugverbots, korrigierten Prognose¹ während wir durch Investitionen die strategische Transformation der TUI weiterhin vorangetrieben haben.
- In einem herausfordernden Marktumfeld stellt dieses Ergebnis die Robustheit unseres Geschäftsmodells mit einer doppelten Diversifizierung über Märkte und Destinationen und unseren erfolgreichen strategischen Wandel zu einem integrierten Anbieter von Urlaubserlebnissen unter Beweis.
- Unser Bereich Urlaubserlebnisse erzielte starke Ergebnisse mit einem zweistelligen ROIC.
- Im Gegensatz dazu sah sich unser Bereich Märkte & Airlines mit einem herausfordernden Marktumfeld konfrontiert. Der Bereich verzeichnete aufgrund der mit dem Brexit verbundenen Unsicherheit und der Überkapazitäten auf dem Flugmarkt kurzfristigere Buchungen. Dies wirkte sich im abgeschlossenen Geschäftsjahr auf die Margen aus, die durch das im März 2019 verhängte Flugverbot für Flugzeuge des Typs Boeing 737 MAX zusätzlich belastet wurden. Dennoch schloss unser Sommerprogramm 2019 erfolgreich - die geplanten Kapazitäten konnten auf Vorjahresniveau ausgelastet werden.
- Für die Zukunft setzen wir weiterhin auf die Realisierung unserer vier strategischen Initiativen zum Ausbau von TUIs Ökosystem: 1.) Absicherung und Ausbau unserer führenden Positionen im Bereich Märkte & Airlines, 2.) Kapitalschonendes Wachstum in unseren Segmenten Hotels & Resorts sowie Kreuzfahrten, 3.) Steigerung der Reichweite in unseren neuen Märkten durch unsere neue GDN-OTA² Digitalplattform und 4.) Ausbau unseres Segments Zielgebietserlebnisse durch Nutzung unserer Musement-Plattform für Touren und Aktivitäten und zielgerichtete Zusatzverkäufe durch das Potenzial unseres zukünftigen `One Million Things to Do'-Angebots zu heben.
- Wir werden weiterhin diszipliniert und im Einklang mit unserer Kapitalallokation investieren. TUI ist weiterhin gut positioniert, um in diesem sich verändernden Umfeld von der fortschreitenden Transformation zu profitieren und weiter nachhaltiges Wachstum zu erzielen.
- Auf der Grundlage unserer aktuellen Prognose erwarten wir, im GJ20 ein bereinigtes EBIT im Bereich von ungefähr 950 Mio. € bis 1.050 Mio. €^{1,3} zu erzielen. Hierin sind Belastungen durch Kosten in Höhe von etwa 130 Mio. € aus dem Flugverbot für die 737 MAX enthalten, ausgehend von der Annahme, dass die MAX bis Ende April 2020⁴ wieder in den Dienst gestellt wird. Sollte jedoch ein zweites Szenario zum Tragen kommen, bei dem das Flugverbot nicht rechtzeitig aufgehoben wird, um die 737 MAX bis Ende April 2020 wieder in den Dienst zu stellen, und TUI über das gesamte Geschäftsjahr 2020 ohne die 737 MAX planen muss, erwartet der Konzern zusätzliche Kosten in Höhe von ungefähr 220 Mio. € bis 270 Mio. €. Keines der beiden Szenarien beinhaltet etwaige Entschädigungen durch Boeing in jeglicher Form. Unsere Prognose beinhaltet zudem Investitionen in den Ausbau unserer Digitalplattform im mittleren bis hohen zweistelligen Millionenbereich.
- Für das Geschäftsjahr 2019 schlagen wir die Zahlung einer Dividende in Höhe von 0,54 Euro pro Aktie vor
- Neuausrichtung der Kapitalallokation – neue Dividendenpolitik für Geschäftsjahr 2020 verabschiedet. Die neue Dividendenpolitik des Konzerns beinhaltet die Auszahlung einer Dividende von 30 - 40 % des Bereinigten EAT¹² mit einer Dividendenuntergrenze von 0,35 € je Aktie, die unabhängig vom touristischen Marktumfeld eine Mindestausschüttung garantiert.

WESENTLICHE FINANZKENNZAHLEN

Gesamtjahr zum 30. September	2019	2018 rebasiert	Veränd.	Veränd. zu konstanten Wechselkurs en ¹
Mio. €				
Umsatz	18.928	18.469	+2,5%	+2,7%
Bereinigtes EBITA ⁵	893	1.183 ⁶	-24,5%	-25,6%
Bereinigtes EBITA ohne Flugverbot MAX ⁵	1.186	1.183 ⁶	+0,3%	-0,8%
Berichtetes EBITA ⁷	768	1.055	-27,1%	-28,4%
Vorsteuerergebnis ⁸	691	966	-28,4%	-29,5%
Anteil der Aktionäre der TUI AG am Konzerngesamtergebnis	532	775	-31,4%	-32,4%
Bereinigtes Ergebnis pro Aktie ⁹	0,89	1,16	-24,4%	-24,4%
Vorgeschlagene Dividende pro Aktie	0,54 €	0,72 €	-25,6%	n/a
Netto-(Verschuldung)/Cash-Position	-910 Mio.€	124 Mio. €	-1.034 Mio. €	n/a
Schuldendeckungsgrad ¹⁰	3,0-fach	2,7-fach	+0,3-fach	n/a
Kapitalrendite (ROIC) ¹¹	15,5%	23,2%	-7,7%p.	n/a

¹ Auf Basis konstanter Wechselkurse

² Globales Distributions Netzwerk (GDN) als neue Online Travel Agent (OTA)-Plattform der TUI, bis heute 250.000 Kunden pro Jahr

³ Ohne die Auswirkungen der Anwendung von IFRS16

⁴ Unter Annahme der Aufhebung des Flugverbots im Februar 2020, um genügend Zeit für die Vorbereitung der Aufnahme des Betriebs bis Ende April 2020 zur Verfügung zu haben

⁵ Das bereinigte EBITA wurde um Abgangsergebnisse von Finanzanlagen, Restrukturierungsaufwendungen nach IAS 37, Anschaffungsnebenkosten, bedingte Kaufpreiszahlungen bei Kaufpreisallokationen, Abschreibung immaterieller Vermögenswerte aus Kaufpreisallokationen sowie andere Aufwendungen und Erträge aus Einzelsachverhalten korrigiert

⁶ Der Vergleichswert für das GJ19 wurde im Dezember 2018 auf 1.187 Mio. € rebasiert, um einen negativen Effekt aus der Neubewertung von auf Euro lautenden Darlehen türkischer Hoteleinheiten in Höhe von 40 Mio. € im GJ18 zu berücksichtigen, und wurde erneut auf 1.183 Mio. € angepasst, um die retrospektive Anwendung von IFRS 15 zu verarbeiten.

⁷ Das berichtete EBITA umfasst das Ergebnis vor Nettozinsergebnis, Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sowie Wertminderungen auf Geschäfts- und Firmenwerte. Es umfasst nicht das Ergebnis aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten.

⁸ Für eine Überleitung vom Vorsteuerergebnis auf die Kennzahl bereinigtes EBITA verweisen wir auf Seite 67 des Geschäftsberichts.

⁹ Für die Berechnung des bereinigten Ergebnisses pro Aktie verweisen wir auf Seite 39 des Geschäftsberichts.

¹⁰ Der Schuldendeckungsgrad errechnet sich als das Verhältnis von Brutto-Finanzschulden (einschließlich Netto-Pensionsverpflichtungen und beizulegendem Zeitwert der operativen Mietverträge) zu dem berichteten EBITDAR

¹¹ 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.

Geschäftsbericht und Audio-Webcast für Investoren und Analysten zu den Ergebnissen des GJ19

Die Bekanntgabe unserer Geschäftsjahreszahlen 2019 sowie ein vollständiges Exemplar unseres Geschäftsberichts finden sich auf unserer Website: <http://www.tuigroup.com/de-de/investoren>. Ein Audio-Webcast für Investoren und Analysten findet heute um 14:30 Uhr GMT / 15:30 Uhr MEZ statt. Unsere Präsentation zu den Geschäftsjahreszahlen sowie nähere Angaben zum Webcast werden vorab auf unserer Website zur Verfügung gestellt.

ERGEBNISSE GJ19

- Entsprechend unserer korrigierten Prognose haben wir ein bereinigtes EBITA in Höhe von 880 Mio. € auf Basis konstanter Wechselkurse erzielt. Dies entspricht einem Rückgang von 26% gegenüber dem Vorjahr. Gemäß unserer Ad-hoc-Mitteilung vom März 2019 sind in diesem Ergebnis Kosten in Höhe von 293 Mio. € infolge des Flugverbots für die 737 MAX inbegriffen. Ohne diesen Einmaleffekt lag das von uns erzielte Ergebnis auf Vorjahresniveau, was auf das starke Wachstum unseres Bereichs Urlaubserlebnisse zurückzuführen ist. Dieses wurde teilweise durch das Ergebnis unseres Bereichs Märkte & Airlines kompensiert, da dieser Bereich von der mit dem Brexit verbundenen anhaltenden Unsicherheit und den Überkapazitäten im Flugbereich betroffen war und dadurch das Gesamtwachstum des bereinigten EBITA des Konzerns belastet hat.

Mio. €	
Bereinigtes EBITA GJ18 (ursprünglich berichtet)	1.147
IFRS 15-Effekt	-4
Rebasierung aus der Neubewertung von Euro-Darlehen türkischer Hoteleinheiten	+40
Bereinigtes EBITA GJ18 rebasiert für Ergebnisprognose für GJ 19	1.183
Urlaubserlebnisse	+72
Märkte & Airlines	-113
Alle übrigen Segmente	+27
Sondereinflüsse	
Hotels & Resorts Vorjahr: Veräußerungserlöse aus dem Verkauf von Riu-Hotels (Nettoveräußerungserlöse)	-43
Märkte & Airlines Vorjahr: Niki-Insolvenz (Region Zentral)	+20
Märkte & Airlines Vorjahr: Störungen des Flugbetriebs (alle Regionen)	+13
Märkte & Airlines Q1 GJ19: Hedging-Gewinne (Region Nord)	+29
Märkte & Airlines Q4 GJ19: Thomas Cook-Insolvenz (alle Regionen)	-15
Bereinigtes EBITA GJ19 auf Basis konstanter Wechselkurse OHNE 737-MAX-Flugverbot	1.173
Märkte & Airlines Q2/Q3/Q4 GJ19: 737-MAX-Flugverbot	-293
Bereinigtes EBITA GJ19 auf Basis konstanter Wechselkurse	880
Wechselkurseffekt	+13
Bereinigtes EBITA GJ19 auf Basis tatsächlicher Wechselkurse	893

Bereinigtes EBITA in Mio. €	GJ19 auf Basis konstanter Wechselkurse ¹	GJ18 rebasiert ⁶	Veränd. auf Basis konstanter Wechselkurse	GJ19 auf Basis tatsächlicher Wechselkurse	Veränd. auf Basis tatsächlicher Wechselkurse
Hotels & Resorts	437,5	460,0	-22,5	451,5	-8,5
Kreuzfahrten	366,7	323,9	+42,8	366,0	+42,1
Zielgebietserlebnisse	54,9	45,6	+9,3	55,7	+10,1
Urlaubserlebnisse	859,1	829,5	+29,6	873,2	+43,7
Region Nord	63,7	278,2	-214,5	56,8	-221,4
Region Zentral	101,5	94,9	+6,6	102,0	+7,1
Region West	-27,1	124,2	-151,3	-27,0	-151,2
Märkte & Airlines	138,1	497,3	-359,2	131,8	-365,5
Alle übrigen Segmente	-117,3	-144,0	+26,7	-111,7	+32,3
TUI Group Gesamt	879,9	1.182,8⁶	-302,9	893,3	-289,5

- Das Segment Hotels & Resorts erzielte operativ eine Ergebnisverbesserung mit einem starken ROIC von 13,5% (gegenüber den durchschnittlichen gewichteten Segment-Kapitalkosten von 7,8%) gegenüber dem Vorjahresergebnis, in dem Nettoveräußerungserlöse in Höhe von 43 Mio. € enthalten waren.
 - Unser diversifiziertes Portfolio an Destinationen erzielte eine Verbesserung beim vergleichbaren bereinigten Ergebnis gegenüber dem Vorjahr – während das absolute Ergebnis dieses Segments gegenüber dem Vorjahr leicht rückläufig war, da in dem Vorjahresergebnis ein Nettoveräußerungsgewinn von 43 Mio. € enthalten war.
 - Wie erwartet, normalisierte sich die Nachfrage nach Spanien im Verlauf des Geschäftsjahres. Gegenüber den Rekordwerten der Vorjahre gingen sowohl die Raten als auch die Auslastungszahlen zurück. Diese Normalisierung wurde durch eine Verbesserung der Ergebnisse unserer Hotels in der Türkei und Nordafrika aufgrund einer erneut höheren Nachfrage nach diesen Destinationen kompensiert. Auch die Karibik und Griechenland verzeichneten weiterhin eine hohe Nachfrage.
 - Mit 82% blieb die Auslastung weiterhin hoch und die Durchschnittsrate verbesserte sich um 5% auf 66 €.

- Der ROIC blieb mit 13,5% weiterhin hoch und stellt damit die Vorteile unseres Portfolios an eigenen Hotel- und Clubmarken in vielen Destinationen unter Beweis, die durch die Stärke unseres integrierten Omni-Channel-Vertriebs und unserem disziplinierten Investitionsansatz getragen werden.
 - Für weitere Erläuterungen zum Segment Hotels & Resorts verweisen wir auf Seite 69 des Geschäftsberichts.
- **Das Segment Kreuzfahrten erzielte erneut einen starken Ergebniszuwachs mit einem Anstieg des ROIC auf ein Rekordniveau von 23,3% (gegenüber den durchschnittlichen gewichteten Segment-Kapitalkosten von 6,73%).**
 - Der Ergebniszuwachs wurde durch die Indienststellung neuer Schiffe unserer drei Marken – der Mein Schiff 2 der TUI Cruises in Deutschland, der Explorer 2 der Marella Cruises in Großbritannien und der Hanseatic nature der Hapag-Lloyd Cruises in Deutschland - sowie den ganzjährigen Betrieb neuer im Vorjahr in Dienst gestellter Schiffe getragen.
 - Trotz des Kapazitätsanstiegs, insbesondere im deutschen Kreuzfahrtmarkt, erzielten alle drei Flotten anhaltend hohe Auslastungen und robuste Durchschnittsraten. Dies stellt die kontinuierlich starke Nachfrage nach unseren differenzierten Marken unter Beweis.
 - Das Segment erzielt einen Rekord-ROIC von 23,3%. Dies spiegelt unsere Equity-Beteiligung an TUI Cruises sowie eine starke Geschäftsentwicklung unserer Tochtergesellschaften Marella Cruises und Hapag-Lloyd Cruises wider.
 - Für weitere Erläuterungen zum Segment Kreuzfahrten verweisen wir auf Seite 70 des Geschäftsberichts.
- **Beim bereinigten EBITA erzielte das Segment Zielgebietserlebnisse im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Zuwachs von 22% bzw. einen Anstieg um 44% ohne die im Berichtszeitraum getätigte Investition in die Musement-Plattform in Höhe von etwa 10 Mio. €. Der ROIC betrug 21,9% bzw. ohne die Musement-Investition 28,1%.**
 - Infolge höherer Gästezahlen und der im Geschäftsjahr 2018 getätigten Akquisitionen im Bereich Destination Management sowie der Plattform Musement stieg der Umsatz um 105%.
 - Höhere Gästezahlen in Nordafrika, Südostasien, Australien und der Karibik.
 - Das Geschäftsfeld Touren und Aktivitäten wuchs um 116% gegenüber dem Vorjahr auf 9,7 Mio.
 - Die Integration der Musement Plattform wurde im Geschäftsjahr erfolgreich abgeschlossen.
 - Ausbau der Vermittlung von Drittangeboten durch Kooperation mit Ctrip.
 - Für weitere Erläuterungen zum Segment Zielgebietserlebnisse verweisen wir auf Seite 70 des Geschäftsberichts.
- **Das Ergebnis des Bereichs Märkte & Airlines entsprach unserer korrigierten Prognose. Das bereinigte EBITA wurde durch die Auswirkungen des 737-MAX-Flugverbots sowie durch externe Herausforderungen in den Märkten belastet.**
 - Das im März 2019 verhängte Flugverbot für Maschinen des Typs 737 MAX verursachte im abgelaufenen Geschäftsjahr Einmalkosten in Höhe von 293 Mio. € für den Bereich Märkte & Airlines.
 - Die anhaltenden Auswirkungen des heißen Sommers 2018 und die mit dem Brexit verbundene Unsicherheit führten zu kurzfristigeren Buchungen im Vergleich zu den Vorjahren.
 - Darüber hinaus verschärfte sich das Wettbewerbsumfeld aufgrund externer Faktoren wie den Überkapazitäten auf Flugstrecken zu spanischen Destinationen, was die Margen unter Druck setzte.
 - Diese widrigen Umstände führten zur Insolvenz eines unserer Hauptmitbewerber in diesem Segment. Infolgedessen mussten wir im vierten Quartal uneinbringliche Forderungen in Höhe von 15 Mio. € abschreiben.
 - Insgesamt gingen die Gästezahlen leicht um 0,6% zurück. Einem Zuwachs der Gästezahlen in der Region Zentral (vor allem von unserem Wachstumsmarkt Polen getragen) standen rückläufige Entwicklungen in der Region Nord und der Region West gegenüber.
 - Der Anteil des Direkt- und Onlinevertriebs blieb mit 74% bzw. 48% stabil.
 - Der starke Anstieg unserer Weiterempfehlungsrate (NPS) von 50 auf 53 bestätigt unseren starken Fokus auf unvergleichliche Urlaubserlebnisse und auf die hohe Attraktivität unserer differenzierten Produkte für unsere Kunden.
 - In einem von zahlreichen Herausforderungen geprägten Marktumfeld haben wir unser „Markets & Domains Transformation“ (MTP)-Programm auf den Weg gebracht. Das Programm dient der Stärkung unserer Wettbewerbsfähigkeit sowie der Absicherung und wo möglich dem Ausbau unserer führenden Marktpositionen durch Initiativen zur Umsatzsteigerung und Optimierung der Kostenbasis.
 - Für weitere Erläuterungen zum Segment Märkte & Airlines verweisen wir auf die Seiten 71-72 des Geschäftsberichts.
- Auf Basis konstanter Wechselkurse verbesserte sich das bereinigte EBITA für das Segment Alle übrigen Segmente gegenüber dem Vorjahr um 27 Mio. €. Dieser Anstieg spiegelt den Effekt verschiedener Kostensenkungen in zentralen Konzernfunktionen wider. Um die wirtschaftlichen Vorteile aus der zentralen Finanzierung von Flugzeugen für die Airlines in den jeweiligen Regionen besser abzubilden, wurden die Effekte zum Jahresende wieder den jeweiligen Märkten zugeordnet. Zum Zweck einer besseren Vergleichbarkeit wurde der Vorjahreswert für das

bereinigtes EBITA des GJ18 entsprechend angepasst. Für weitere Einzelheiten verweisen wir auf Seite 73 des Geschäftsberichts für das GJ19.

- Infolge der Kosten des 737-MAX-Flugverbots verringerte sich das berichtete EBITA auf Basis konstanter Wechselkurse um 27,1%. Die Bereinigungen stiegen um 37 Mio. € an, vor allem aufgrund von Einmalaufwendungen für Umstrukturierungen im Segment Zielgebietserlebnisse, in Großbritannien, den Nordischen Ländern, Deutschland und Frankreich und für den Veräußerungsverlust aus dem Verkauf von Corsair, denen ein Ertrag aus der Reduzierung von Pensionsverpflichtungen in Großbritannien entgegenstand. Für weitere Einzelheiten zu den Bereinigungen verweisen wir auf Seite 67 des Geschäftsberichts. Für das GJ20 erwarten wir einen Veräußerungsgewinn in Höhe von etwa 100 Mio. € aus dem Verkauf unserer deutschen Spezialveranstalter Berge & Meer und Boomerang. Dieser Gewinn wird Einmalaufwendungen für die Effizienzsteigerung und weitere Transformation unseres Bereichs Märkte & Airlines größtenteils kompensieren. Wir erwarten daher insgesamt Nettobereinigungen von 70 Mio. € bis 90 Mio. € für das neue Geschäftsjahr.
- Das bereinigte Ergebnis pro Aktie sank auf 0,89 €, was einem Rückgang um 24,4% auf Basis konstanter Wechselkurse entsprach und auf die oben beschriebenen operativen Entwicklungen zurückzuführen war. Diesem Rückgang standen positive Effekte aus effizienteren Finanzierungsmaßnahmen und dem anhaltend niedrigen effektiven Steuersatz von 18% gegenüber. Zu der Berechnung des bereinigten Ergebnisses pro Aktie verweisen wir auf Seite 39 des Geschäftsberichts.

KAPITALALLOKATION

Wir haben unsere Kapitalallokation bei TUI neu ausgerichtet, sie spiegelt sich in der nachfolgenden Rangfolge unserer Mittelverwendung wider: (i) Organisches Wachstum, (ii) Auszahlung einer Dividende, (iii) Wertsteigernde Fusionen & Akquisitionen sowie Portfoliooptimierung und (iv) Ausschüttung überschüssiger Liquidität an Aktionäre. Gleichzeitig wird die TUI Group auf die Erhaltung einer soliden Bilanzstruktur achten und strebt einen Schuldendeckungsgrad komfortabel im Bereich von 3,0x - 2,25x an. Die Neuausrichtung der Kapitalallokation verschafft der TUI Group höhere Flexibilität, da sie neben einer attraktiven Dividende bessere Möglichkeiten für Investitionen in unsere strategischen Vorhaben und zukünftigen Wachstumsfelder bietet und die auf der Grundlage einer soliden und robusten Finanzstruktur basiert.

DIVIDENDE

Wir wollen attraktive Renditen für unsere Anteilseigner erwirtschaften, und empfehlen die Zahlung einer Dividende für das Geschäftsjahr 2019, bei der das Wachstum der Dividende an das Wachstum des bereinigten Ergebnisses auf Basis konstanter Wechselkurse gekoppelt ist, wie in unserer Prognose zu Beginn des Geschäftsjahres beschrieben. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen eine Dividende von 54 Cent pro Aktie für das Geschäftsjahr 2019 vor. Vorbehaltlich der Zustimmung der Hauptversammlung am 11. Februar 2020 wird die Dividende am 14. Februar 2020 an die Anteilseigner, die bei Börsenschluss am 11. Februar 2020 entsprechende Aktien halten, bzw. am 25. Februar 2020 an die Inhaber von Depositary Interests ausgeschüttet.

Die Dividendenpolitik des Konzerns wird sich ab dem Geschäftsjahr 2020 wie folgt ändern:

- Zahlung einer Dividende von 30 - 40% des Bereinigten EAT¹² mit
- einer Dividendenuntergrenze (Mindestausschüttung) von 0,35€ je Aktie.

Obwohl zu erwarten ist, dass die neue Dividendenpolitik zu geringeren Ausschüttungen führt, garantiert die Dividendenuntergrenze den Aktionären eine Mindestausschüttung unabhängig vom touristischen Marktumfeld und den sich daraus ergebenden Auswirkungen auf das Bereinigte EAT¹². Legt man den Aktienkurs der TUI zum Ende des Geschäftsjahres 2019 zugrunde, würde die Dividendenuntergrenze einer Dividendenrendite von 3,3 % p.a. entsprechen.

¹² Bereinigtes EAT nach Minderheiten und auf Basis konstanter Wechselkurse ist kalkuliert als bereinigtes EBIT minus Zinsergebnis bereinigt um Einmaleffekte minus Steueraufwand gemäß bereinigter Steuerquote von derzeit 18% minus Minderheiten bereinigt um Einmaleffekte.

NETTOVERSCHULDUNG

Die Nettofinanzposition verringerte sich wie geplant zum Jahresende von einer Nettoliquidität von 124 Mio. € im Vorjahr auf eine Nettoverschuldung von 910 Mio. €. Der Anstieg der Nettoverschuldung spiegelt die Reinvestition der seit dem Zusammenschluss erzielten Veräußerungserlöse in Höhe von etwa 2 Mrd. € wider, die unserer Nettofinanzposition in den Vorjahren zugute gekommen waren. Während unser Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit nahezu auf Vorjahresniveau lag, war der Zuwachs der Nettoverschuldung auf höhere Nettoinvestitionen im abgelaufenen Geschäftsjahr sowie unsere geplante Asset-Finanzierung in Höhe von 437 Mio. € zurückzuführen (vor allem im Rahmen unseres Refleeting-Programms für unsere Flugzeuge). Dies führte zu einer Nettoverschuldung in Höhe von 910 Mio. € zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres.

TREIBSTOFF/FREMDWÄHRUNGEN

Unsere Strategie, den Großteil unseres Treibstoff- und Fremdwährungsbedarfs für zukünftige Saisons abzusichern, wird unverändert fortgesetzt. Sie verschafft uns stärkere 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 unserem Bereich Märkte & Airlines abgesichert ist, die über 90% des Gesamtbedarfs des Konzerns an Währungen und Treibstoff ausmachen.

	Winter 2019/20	Sommer 2020	Winter 2020/21
Euro	95%	74%	39%
US-Dollar	95%	81%	45%
Treibstoff	97%	88%	51%

Stand 6. Dezember 2019

ERWARTETE ENTWICKLUNG

Im GJ19 sahen wir uns mit einer Reihe externer Herausforderungen konfrontiert, die unser Wachstum insgesamt einschränkten. Einige dieser externen Herausforderungen bestehen fort und werden sich auch im GJ20 fortsetzen. TUIs solide Geschäftsentwicklung in einem herausfordernden Marktumfeld stellt die erfolgreiche Transformation des Konzerns zu einem integrierten Anbieter von Urlaubserlebnissen mit einer starken Positionierung, einer Kombination eigener Produkte mit einem starken Omni-Channel-Vertrieb und doppelter Diversifizierung über Märkte und Destinationen unter Beweis. Im kommenden Jahr werden wir uns auf die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit im Bereich Märkte & Airlines, den kapitalschonenden Ausbau unseres Bereichs Urlaubserlebnisse und die Steigerung der Reichweite und Größe durch unsere digitalen Plattformen in neuen Märkten und im Segment Zielgebietserlebnisse fokussieren, um TUIs Ökosystem auszubauen. Die Realisierung unserer vier strategischen Initiativen wird sicherstellen, dass wir unser integriertes Geschäftsmodell weiter ausbauen und zu einer Touristikplattform mit starken Marken und starken Kundenbeziehungen werden. Wir werden weiterhin diszipliniert und entsprechend unserer Prioritäten, wie in unserer Kapitalallokation beschrieben, investieren. TUI ist damit weiterhin gut positioniert, um in diesem herausfordernden Marktumfeld zu profitieren und künftig nachhaltiges Wachstum zu erzielen.

Im Segment Hotels & Resorts werden wir dank unseres diversifizierten Portfolios an Destinationen weiterhin ein ausgewogenes Ergebnis durch die Nachfrageverschiebung in die Türkei und nach Nordafrika erzielen, während sich die Raten und Auslastung in Spanien, speziell auf den Kanaren, normalisieren werden. Wir werden die Diversifizierung unseres Hotelportfolios weiter fortsetzen und selektiv in unsere wichtigsten Hotelmarken wie Riu, Robinson und Blue Diamond investieren. Bis Ende 2020 werden wir unsere Marke TUI Blue kapitalschonend als führende Urlaubshotelkette etablieren und ihr Portfolio von 11 auf etwa 100 Hotels ausbauen. Etwa 85 dieser Hotels werden durch Repositionierung bzw. Umbau von Häusern aus dem bestehenden Portfolio entstehen. Zudem werden wir hier vor allem durch kapitalschonende Strukturen wie Joint Ventures, Management- oder Franchiseverträge oder Drittkonzepte weiter wachsen. Wir erwarten, in den nächsten Geschäftsjahren eine kleine Anzahl an TUI Blue-Hotels durch Investitionen in Sachanlagevermögen zum Portfolio hinzuzufügen. Etwa vier neue TUI Blue-Hotels werden im GJ20 eröffnet. Außerdem planen wir die Neueröffnung von circa acht zusätzlichen neuen Hotels für unsere wichtigsten Marken. Wie in den vergangenen Jahren erwarten wir durch die ganzjährige Einbeziehung von Hotels, in die wir in der Vergangenheit investiert haben, einen Anstieg des Ergebnisbeitrags zu erzielen.

Im Segment Kreuzfahrten werden wir im GJ20 vom ganzjährigen Einsatz von drei Schiffen profitieren, die im Laufe des GJ19 für unsere drei Kreuzfahrtmarken in Dienst gestellt wurden. Darüber hinaus werden wir von der ganzjährigen Einbeziehung des im Oktober 2019 von Hapag-Lloyd Cruises in Dienst gestellten Expeditionskreuzfahrtschiffs Hanseatic inspiration profitieren. Wie branchenweit gut dokumentiert ist, wurden die Kapazitäten auf dem Markt für Hochseekreuzfahrten im Jahr 2019 auf ein neues Rekordniveau ausgebaut. Insbesondere der deutsche Kreuzfahrtmarkt verzeichnete ein geschätztes Wachstum von etwa 20%. Infolgedessen verzeichnete TUI Cruises eine Zunahme kurzfristigerer Buchungen und wir erwarten, dass dies Preis- und Ergebniswachstum und dadurch den Wachstumsbeitrag von TUI Cruises im Jahr begrenzen wird. Die Einführung der IMO2020-Verordnung, der neuen aufsichtsrechtlichen Obergrenze für den Schwefelgehalt von Schiffstreibstoffen, zum 1. Januar 2020 wird zu höheren Betriebskosten bei Marella Cruises (flottenweit), Hapag-Lloyd Cruises (flottenweit) und TUI Cruises (für die Mein Schiff Herz) führen. Bei Marella Cruises reicht die bislang erzielte Anhebung der durchschnittlichen Verkaufspreise nicht aus, um den durch die Einführung der IMO2020 verursachten erheblichen Anstieg der Kostenbasis zu decken. Wir erwarten, dass dadurch etwaige Vorteile aus der ganzjährigen Betrachtung der Explorer 2 im GJ2020 vollständig aufgehoben werden.

Im Segment Zielgebietserlebnisse werden wir unsere Reichweite und Größe weiter steigern, um TUIs Ökosystem zu vergrößern. Unser Ziel ist es, durch Zukäufe über unsere Aktivitäten im Segment Zielgebietserlebnisse und unsere digitalisierte Plattform Musement ‚One Million Things To Do‘ zu vertreiben. Daneben werden wir das Angebot an Touren und Ausflügen erweitern und unseren Drittvertrieb durch Partnerschaften mit Partnern wie Ctrip ausbauen. Die

Beschleunigung und Realisierung dieser strategischen Ziele werden zusätzliche Investitionen als Betriebsaufwendungen erfordern, die das EBIT und die Marge kurz- bis mittelfristig belasten werden.

Im Segment Märkte & Airlines haben die jüngsten Ereignisse unsere führende Marktposition als integrierter Anbieter von Urlaubserlebnissen gestärkt. Dank unseres vertikal integrierten Geschäftsmodells können wir die Nachfrage nach unseren eigenen Produkten im Bereich Urlaubserlebnisse steigern. Nach der Insolvenz eines unserer Hauptmitbewerber am 23. September 2019 wechselte eine Rekordzahl von Kunden in Großbritannien für ihren Urlaub zu TUI. Wir haben daher unsere geplanten Kapazitäten für das Winterprogramm 2019/20 um 2% auf gleichbleibend angehoben, während wir zuvor mit einer Reduktion von 2% geplant hatten. Für das Sommerprogramm 2020 haben wir die Kapazität um 14% ausgebaut, vor allem in Großbritannien, gefolgt von Deutschland und Benelux. Die aktuellen Buchungseingänge für den Winter 2019/20 liegen um 4% über dem Vorjahr. Die Durchschnittspreise liegen um 6% über dem Vorjahr und das Programm ist bislang, wie zu diesem Zeitpunkt im Vorjahr, zu 59% gebucht¹³. Wir befinden uns noch in einer sehr frühen Phase des Buchungszyklus für den Sommer 2020. Nur in Großbritannien ist das Programm bislang zu mehr als 25% gebucht. Dort liegen die Buchungen aktuell um 18% über dem Vorjahr, während die Durchschnittspreise um 3% über dem Vorjahresniveau liegen¹³.

¹³ Stand 1. Dezember 2019 (auf Basis konstanter Wechselkurse). Die Kennzahlen umfassen sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und pro-rata-Kapazitäten.

Im Hinblick auf den möglichen Austritt Großbritanniens aus der EU im Jahr 2020 ist unser Hauptanliegen weiterhin, dass unsere Fluglinien nach wie vor Zugang zum EU-Luftraum haben. Wir werden die Bedeutung eines Sonderabkommens für den Luftverkehr bei den zuständigen Ministern und Vertretern Großbritanniens und der EU weiterhin adressieren, um Flugangebote für unsere Kunden zu gewährleisten, und stehen in einem regelmäßigen Dialog mit den zuständigen Aufsichtsbehörden. Wir entwickeln weiterhin Szenarien und Schadensminderungsstrategien für verschiedene Entwicklungen, einschließlich eines „harten Brexit“, je nach Ausgang der politischen Verhandlungen. Unser Fokus liegt darauf, mögliche Auswirkungen des Brexit auf unseren Konzern zu minimieren.

Auf der Grundlage unserer kurzfristigen strategischen Initiativen erwarten wir, im GJ20 ein bereinigtes EBIT im Bereich von ungefähr 950 Mio. € bis 1.050 Mio. € zu erzielen. Darin spiegeln sich ein Wachstum unseres Segments Urlaubserlebnisse sowie Marktunsicherheiten wider, die weiterhin unseren Bereich Märkte & Airlines belasten. In diesem Ergebnis sind auch Kosten in Höhe von etwa 130 Mio. € aus dem 737 MAX-Flugverbot berücksichtigt, die auf der Annahme beruhen, dass die MAX bis Ende April 2020 wieder in den Dienst gestellt werden kann⁴.

Sollte jedoch ein zweites Szenario zum Tragen kommen, bei dem das Flugverbot nicht rechtzeitig aufgehoben wird, um die 737 MAX bis Ende April 2020 wieder in den Dienst zu stellen, und TUI über das gesamte Geschäftsjahr 2020 ohne die 737 MAX planen muss, erwartet der Konzern zusätzliche Kosten in Höhe von ungefähr 220 Mio. € bis 270 Mio. €.

Keines der beiden Szenarien beinhaltet etwaige Entschädigungen jeglicher Art durch Boeing.

Unsere Prognose umfasst auch Investitionen in den Ausbau unserer digitalisierten Plattformen im mittleren bis hohen zweistelligen Millionenbereich. Wir weisen darauf hin, dass wir im Q1 des GJ20 auch einen negativen Effekt von 29 Mio. € aus dem Wegfall von Hedging-Gewinnen verzeichnen werden, die im Q1 des Vorjahres erzielt wurden, und dass im Vorjahresquartal keine Kosten für das MAX-Flugverbot anfielen.

Nähere Angaben zu der erwarteten Geschäftsentwicklung im GJ20 sind folgender Tabelle zu entnehmen.

	GJ20-Prognose^{1,3}	GJ19
Umsatz	Zuwachs im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich	18.928 Mio. €
Bereinigtes EBIT ¹⁴	<p>Ungefähr 950 Mio. € bis 1.050 Mio. €, einschließlich Kosten in Höhe von etwa 130 Mio. € infolge des MAX-Flugverbots, basierend auf der Annahme, dass die MAX bis Ende April 2020 wieder in den Dienst gestellt werden kann⁴</p> <p>Sollte das MAX-Flugverbot bis zum Ende des GJ20 anhalten, werden zusätzliche Kosten in Höhe von ungefähr 220 Mio. € bis 270 Mio. € erwartet.</p> <p>In obiger Prognose sind etwaige Entschädigungen jeglicher Art von Boeing für das Flugverbot nicht enthalten; sie beinhaltet Investitionen in den Ausbau der digitalen Plattform im mittleren bis hohen zweistelligen Millionenbereich.</p>	893 Mio. € ³
Bereinigungen ¹⁵	~70 Mio. € - 90 Mio. €	125 Mio. €

Bereinigtes EAT (nach Minderheitsanteilen)	~540 Mio. € - 630 Mio. €	525 Mio. €
Nettoinvestitionen ¹⁶	~750 Mio. € - 900 Mio. €	1.118 Mio. €
Asset-Finanzierung	~750 Mio. € - 850 Mio. €	447 Mio. €
Nettoverschuldung	~1,8 Mrd. € - 2,1 Mrd. €	910 Mio. €
Dividende pro Aktie	Aktualisierte Dividendenpolitik: Zahlung einer Dividende von 30 - 40 % des Bereinigten EAT ¹⁷ mit einer Dividendenuntergrenze (Mindestausschüttung) von 0,35 € je Aktie.	0,54 €

¹⁴Ab dem Geschäftsjahr 2020 steuern wir den Konzern über die international gebräuchlichere Ergebnisgröße „bereinigtes EBIT“. Unsere bisher verwendete Steuerungsgröße enthielt Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte, sollte diese in Zukunft anfallen, würden die Wertminderungen in der Überleitung zum bereinigten EBIT bereinigt.

¹⁵Einschließlich Veräußerungserlösen in Höhe von etwa 100 Mio. € aus dem Verkauf der deutschen Spezialveranstalter Berge & Meer und Boomerang

¹⁶Einschließlich Netto-Sachinvestitionen und Netto-PDPs

¹⁷Bereinigtes EAT nach Minderheiten und auf Basis konstanter Wechselkurse ist kalkuliert als bereinigtes EBIT minus Zinsergebnis bereinigt um Einmaleffekte minus Steueraufwand gemäß bereinigter Steuerquote von derzeit 18% minus Minderheiten bereinigt um Einmaleffekte

UPDATE ZUR IMPLEMENTIERUNG DES IFRS 16 RECHNUNGSLEGUNGS-STANDARDS - WEBCAST

Wir geben ein Update zu der Implementierung von IFRS 16 im Rahmen eines Audio-Webcasts am Donnerstag, den 12. Dezember, um 10:00 Uhr GMT/11:00 Uhr MEZ zu geben. Eine kurze Präsentation und nähere Angaben zu dem Webcast werden vorab auf unserer Website zur Verfügung gestellt.

HAUPTVERSAMMLUNG UND Q1 GJ20

Die TUI Group wird ihre Hauptversammlung am 11. Februar 2020 abhalten und an diesem Tag auch ihren Q1-Bericht für das GJ20 veröffentlichen.

KONTAKT FÜR ANALYSTEN & INVESTOREN

Mathias Kiep, Group Director Investor Relations and Corporate Finance Tel: +44 (0)1293 645 925/
+49 (0)511 566 1425

Kontakt für Analysten und Investoren in Großbritannien, Irland und Amerika

Hazel Chung, Senior Investor Relations Manager Tel: +44 (0)1293 645 823
Corvin Martens, Senior Investor Relations Manager Tel: +49 (0)170 566 2321

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, Senior Investor Relations Manager Tel: +49 (0)511 566 1318
Jessica Blinne, Junior Investor Relations Manager Tel: +49 (0)511 566 1442