

TUI GROUP Buchungsupdate

Im Vorfeld der Veröffentlichung der Gesamtjahresergebnisse zum 30. September 2019 am 12. Dezember 2019 gibt die TUI Group folgendes Update zu den aktuellen Buchungszahlen bekannt.

Der Vorstandsvorsitzende der TUI Group, Friedrich Jousen, erläutert:

„Unser Mitbewerber Thomas Cook UK PLC und dazugehörige Gesellschaften in Großbritannien haben am Montag, 23. September 2019, Insolvenz beantragt. Die TUI bereitet unterstützende Maßnahmen vor. Wenn TUI Kunden auf Flügen von Thomas Cook Airlines gebucht sind und diese nicht mehr fliegen, werden Ersatz-Flüge angeboten. Wir prüfen derzeit die kurzfristigen Auswirkungen der Insolvenz von Thomas Cook, unter den gegebenen Umständen, auf die letzte Woche unseres Geschäftsjahres 2019.

Unser vertikal integriertes Geschäftsmodell erweist sich selbst in diesem herausfordernden Marktumfeld als robust. Unser Bereich Urlaubserlebnisse erzielt weiterhin starke Ergebnisse. Zugleich steht unser Bereich Märkte & Airlines vor einer Reihe anhaltender externer Herausforderungen wie dem Flugverbot für Maschinen des Typs 737 MAX, Überkapazitäten im Flugangebot und der mit dem Brexit verbundenen anhaltenden Unsicherheit. Dennoch ist die Sommersaison 2019 erfolgreich und gemäß unserer Erwartungen verlaufen. Wir bestätigen daher unsere gemäß der Ad-hoc Mitteilung vom März 2019 aktualisierte Prognose eines Rückgangs des bereinigten EBITA um ungefähr bis zu minus 26% im Vergleich mit dem im Geschäftsjahr 2018 rebasierten bereinigten EBITA von 1.177 Mio. €¹.

Diese externen Herausforderungen werden sich im Geschäftsjahr 2020 fortsetzen. Daher werden wir uns darauf fokussieren im Bereich Märkte & Airlines eine wettbewerbsfähigere Kostenbasis zu schaffen, um unseren Marktanteil zu sichern und nach Möglichkeit weiter auszubauen. Künftig werden wir durch unsere beiden digitalen Kern-Strategieinitiativen unsere Reichweite in den neuen Märkten, komplementär zu bestehenden Märkten, mit unserer neuen GDN-OTA-Plattform² und in den Märkten unseres Segments Zielgebietserlebnisse mit unserer Musement-Plattform ausbauen. Dies stärkt zusätzlich die weitere Nachfrage nach unseren Urlaubserlebnissen und TUI ist damit gut positioniert ein integriertes, digitales Plattformunternehmen zu werden.“

¹ Auf Basis konstanter Wechselkurse; der Vorjahreswert wurde im Dezember 2018 auf 1.187 Mio. € rebasiert zur Berücksichtigung eines Effekts aus der Neubewertung von auf Euro lautenden Darlehen türkischer Hoteleinheiten in Höhe von 40 Mio. € im Geschäftsjahr 2018 und wurde aufgrund der rückwirkenden Anwendung von IFRS 15 weiterhin auf 1.177 Mio. € angepasst.

² Globales Distributionsnetzwerk (GDN) als TUI's neue Online Travel Agent (OTA) Plattform, bis heute 250.000 Kunden p.a.

Buchungsentwicklung

Im Segment Hotels & Resorts erzielen wir dank unseres diversifizierten Portfolios an Destinationen weiterhin stabile Ergebnisse, während sich die Nachfrage vom westlichen in den östlichen Mittelmeerraum verlagert. Wie erwartet normalisiert sich die Nachfrage nach Spanien. Hier haben sowohl die Raten als auch die Auslastung in den letzten Jahren Rekordergebnisse erreicht. Diese Entwicklung wird durch bessere Ergebnisse in unseren türkischen Hotels ausgeglichen. Bis zum Ende des laufenden Geschäftsjahres werden wir die Zahl der seit dem Zusammenschluss realisierten Hotelneueröffnungen auf etwa 70 ausbauen. Damit liegen wir erheblich über dem von uns selbst zum Zeitpunkt des Zusammenschlusses gesetzten Ziels von 60 Neueröffnungen. Künftig werden wir 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 durch die Repositionierung von Häusern aus dem bestehenden Portfolio von 10 auf etwa 100 Hotels ausbauen. TUI Blue wird unsere Flagship-Hotelmarke, die uns Wachstum mit geringem Kapitaleinsatz ermöglicht.

Im Segment Kreuzfahrten haben wir die neue Mein Schiff 2 von TUI Cruises, die Marella Explorer 2 und die Hanseatic nature von Hapag-Lloyd Cruises erfolgreich in Dienst gestellt. Trotz eines signifikanten Kapazitätsausbaus, insbesondere auf dem deutschen Kreuzfahrtmarkt, erzielen wir weiterhin hohe Auslastungen und robuste Raten. Im Geschäftsjahr 2020 werden wir ein weiteres Expeditionsschiff in Dienst stellen - die Hanseatic inspiration von Hapag-Lloyd Cruises. Auch für künftige Jahre planen sowohl TUI Cruises als auch Hapag-Lloyd Cruises eine Erweiterung ihrer Flotte.

Im Segment Zielgebietserlebnisse erwarten wir für das Schlussquartal einen starken Zuwachs der Gästezahlen, der sowohl auf organisches Wachstum als auch auf den Erwerb von Destination Management sowie Musement zurückzuführen ist. In diesem Jahr haben wir die beiden Gesellschaften erfolgreich integriert. Zusammen mit dem geplanten Ausbau des Produktportfolios und des Drittvertriebs haben wir eine solide Basis für weiteres Wachstum in diesem attraktiven und schnell wachsenden Markt geschaffen.

Der Bereich Märkte & Airlines verzeichnete, wie erwartet, in den letzten Wochen seit dem Q3-Update am 13. August eine starke Entwicklung sowohl bei den Buchungen als auch bei den Durchschnittspreisen. Entsprechend erzielt das Sommerprogramm 2019³ Gästezahlen auf Vorjahresniveau und Durchschnittspreise von 1% über dem Vorjahr. Für Reisen in die Türkei und nach Nordafrika verzeichnen wir einen deutlichen Anstieg der Gästezahlen.

Das Winterprogramm 2019/20³ (das in den meisten Märkten in die Nebensaison fällt) ist noch in einer frühen Phase des Buchungszykluses. Bislang ist das Programm etwa zu einem Drittel gebucht, das entspricht ungefähr dem Vorjahresniveau. Wie bereits beschrieben, sehen wir eine spürbare Abschwächung der Nachfrage. Die Buchungen sind im Einklang mit der Kapazitätsreduzierung in Höhe von 2%, während die Durchschnittspreise um 4% gegenüber dem Vorjahr gestiegen sind. Die Entscheidung zur Aufhebung des Flugverbots der Maschinen des Typs 737 MAX durch die Zivilluftfahrtbehörden steht weiterhin aus. Im Vergleich zum Sommer 2019 erwarten wir geringere Kosten für Ersatzflugzeuge zur ausreichenden Absicherung für Spitzenwochenenden unseres Winterprogramms 2019/20.

³ Stand: 15. September 2019 (auf Basis konstanter Wechselkurse). Die Kennzahlen umfassen sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten.

Fremdwährungen & Treibstoff

Unsere Strategie, den Großteil unseres Treibstoff- und Fremdwährungsbedarfs für künftige Saisons abzusichern, wird unverändert fortgesetzt. Sie verschafft uns Kostensicherheit bei der Planung unserer Kapazitäten und Preise. Die nachstehende Tabelle zeigt den jeweiligen Anteil unserer Bedarfe an den Währungen Euro und US-Dollar sowie an Flugbenzin, der aktuell im Bereich Märkte & Airlines abgesichert ist. Dies macht über 90% des Währungs- und Treibstoffrisikos unseres Konzerns aus.

	Sommer 2019	Winter 2019/20	Sommer 2020
Euro	97%	86%	52%
US-Dollar	96%	88%	65%
Treibstoff	95%	93%	78%

Stand: 19. September 2019

In unserem Q3-Update haben wir einen positiven Gesamtjahreseffekt aus der Wechselkursumrechnung von etwa 15 Mio. € für das bereinigte EBITA im Vergleich zu den im Vorjahr geltenden Wechselkursen angegeben. Wir erwarten jetzt einen positiven Effekt in Höhe von etwa 11 Mio. € aus der Wechselkursumrechnung auf das bereinigte Ergebnis für das Geschäftsjahr 2019, das weiteren Wechselkursschwankungen bis zum 30. September 2019 unterliegen kann.

Erwartete Entwicklung und Ausblick

Das Geschäftsjahr 2019 schließt erwartungsgemäß. Wir bestätigen daher unsere gemäß der Ad-hoc Mitteilung vom März 2019 aktualisierte Prognose eines Rückgangs des bereinigten EBITA um ungefähr bis zu minus 26% im Vergleich mit dem im Geschäftsjahr 2018 rebasierten bereinigten EBITA von 1.177 Mio. €¹.

Wie beschrieben, werden sich die anhaltenden externen Herausforderungen des Geschäftsjahres 2019 voraussichtlich im Geschäftsjahr 2020 fortsetzen. Im kommenden Jahr werden wir uns darauf fokussieren, eine wettbewerbsfähigere Kostenbasis zu schaffen, unser Geschäft mit Urlaubserlebnissen selektiv auszubauen und weitere Skaleneffekte durch unsere digitalen Plattformen in neuen Märkten und im Segment Zielgebietserlebnisse zu erzielen. Die Realisierung unserer vier strategischen Initiativen wird sicherstellen, dass wir in diesem vom ständigen Wandel gekennzeichneten Umfeld weiterhin gut aufgestellt sind, um uns auch künftig nachhaltiges Wachstum zu ermöglichen.

Geschäftsbericht 2019

Die TUI Group wird am Donnerstag, 12. Dezember 2019, ihren Geschäftsbericht veröffentlichen und zugleich eine Präsentation für Analysten und Investoren abhalten. Weitere Einzelheiten werden rechtzeitig bekanntgegeben.

Kontakt für Analysten & Investoren

Peter Krueger, Mitglied des Group Executive Committee, Group Director
Strategy, M&A und Investor Relations

Tel: +49 (0)511 566 1440

Kontakt für Analysten und Investoren in UK, Irland und Amerika

Hazel Chung, Senior Investor Relations Manager
Corvin Martens, Senior Investor Relations Manager

Tel: +44 (0)1293 645 823

Tel: +49 (0)170 566 2321

Kontakt für Analysten und Investoren in Kontinentaleuropa, im Mittleren Osten und in Asien

Nicola Gehrt, Head of Investor Relations

Tel: +49 (0)511 566 1435

Ina Klose, Senior Investor Relations Manager
Jessica Blinne, Junior Investor Relations Manager

Tel: +49 (0)511 566 1318
Tel: +49 (0)511 566 1425