

**TUI mit sehr gutem Jahr 2018 – Operatives Ergebnis wächst um fast 11 Prozent****Hotel- und Kreuzfahrttöchter sind Wachstumstreiber – Dividende soll steigen**

- **Umbau vom klassischen Reiseveranstalter zum Touristikkonzern zahlt sich erneut aus**
- **Gesamtjahr 2018: Bereinigtes EBITA um 10,9 Prozent<sup>1</sup> gesteigert**
- **Umsatz wächst im Berichtszeitraum um 6,3 Prozent<sup>1</sup>**
- **Aufsichtsrat und Vorstand schlagen Dividende von 0,72 Euro je Aktie vor (Vorjahr 0,65 Euro)**
- **TUI Hotels und Kreuzfahrten: rund 70 Prozent des Ergebnisses kommen aus den Hotel- und Kreuzfahrttöchtern – mehr Kapazität, höhere Durchschnittsraten**
- **Vorstandsvorsitzender Fritz Jousen: „Erfolgreiches Hotel- und Kreuzfahrt-Geschäft wird gestärkt. Neues Wachstum durch Ausbau von digitalen Plattformen.“**
- **Prognose 2019: mindestens 10 Prozent<sup>1</sup> Wachstum beim bereinigten EBITA**

TUI Group  
Group Corporate &  
External Affairs  
Karl-Wiechert-Allee 4  
30625 Hannover

group.communications@tui.com  
www.tuigroup.com

**London/Hannover, 13. Dezember 2018.** Die TUI hat das Geschäftsjahr 2018 erneut mit einem zweistelligen Ergebniswachstum beendet – das vierte Jahr in Folge. Der erfolgreiche Konzern-Umbau zum Entwickler, Investor und Betreiber im Hotel- und Kreuzfahrtsegment zahlt sich erneut aus. Das operative Konzernergebnis stieg um 10,9 Prozent<sup>1</sup>, der Umsatz um 6,3 Prozent<sup>1</sup>. Die Dividende für die Aktionäre soll sich auf 0,72 Euro erhöhen. TUI Vorstandsvorsitzender Fritz Jousen sagte bei der Vorstellung der Zahlen in London: „Wir investieren, wir wachsen mit margenstarken TUI-Produkten und Services und unsere Geschäfte skalieren immer stärker. Mehr als 70 Prozent unseres Ergebnisses kommen heute aus den selbst gestalteten Urlaubserlebnissen: Hotels, Kreuzfahrten, Ausflüge und Aktivitäten in den Urlaubsorten. Dadurch können wir uns deutlich vom Wettbewerb differenzieren. Mehr als 20 Millionen Kunden, der Einsatz moderner IT und intelligente Kundensysteme bieten erhebliches Potential für neue Geschäfte, Umsatz und Ergebnis. Wir werden den erfolgreichen Umbau fortsetzen: TUI wird im nächsten Schritt ein Digital- und Plattform-Unternehmen.“ Auch im Geschäftsjahr 2019 erwartet der TUI Vorstand in einem herausfordernden Marktumfeld wieder mindestens 10 Prozent<sup>1</sup> Wachstum beim bereinigten EBITA.

<sup>1</sup> auf Basis konstanter Wechselkurse

## Übersicht Gesamtjahr 2018

Im Berichtszeitraum (1. Oktober 2017 bis 30. September 2018) konnte die TUI Group den Umsatz auf Basis konstanter Wechselkurse um 6,3 Prozent auf 19,7 Milliarden Euro (Vorjahr: 18,5 Milliarden Euro) erhöhen. Einschließlich Wechselkurseffekt ergibt sich ebenfalls ein deutliches Plus von 5,3 Prozent auf 19,5 Milliarden Euro. Das bereinigte EBITA wurde unter Berücksichtigung konstanter Wechselkurse um 10,9 Prozent auf 1,222 Milliarden Euro gesteigert (Vorjahr 1,102 Milliarden Euro). Einschließlich Währungseffekt ergibt sich ein Anstieg um 4,1 Prozent auf 1,147 Milliarden Euro.

## Dividende: Vorstand und Aufsichtsrat schlagen 0,72 Euro je Aktie vor

Die Entwicklung der Dividende der TUI Group ist an die bereinigte Ergebnisentwicklung des Konzerns auf Basis konstanter Wechselkurse gekoppelt. Das starke Ergebniswachstum um 10,9 Prozent<sup>1</sup> im abgelaufenen Geschäftsjahr auf die Vorjahresdividende (0,65 Euro) ergibt eine Dividende von 0,72 Euro je Aktie. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen dies der Hauptversammlung am 12. Februar 2019 vor.

TUI Group  
Group Corporate &  
External Affairs  
Karl-Wiechert-Allee 4  
30625 Hannover

group.communications@tui.com  
www.tuigroup.com

## Konzernumbau erfolgreich – Weiterentwicklung zum Digital- und Plattform-Konzern

Durch den 2014 gestarteten Umbau vom klassischen Reiseveranstalter und Händler zum Entwickler, Investor und Betreiber von Hotel- und Kreuzfahrtgesellschaften ist das Geschäft der TUI wesentlich margenstärker geworden. Auch die Abhängigkeit von den Sommermonaten ist gesunken. Die Ergebnisse verteilen sich gleichmäßiger über das gesamte Jahr. Die Sparten Hotels und Kreuzfahrten sowie die Aktivitäten und Dienstleistungen in den Zielgebieten liefern inzwischen 70 Prozent des bereinigten Konzern-EBITAs. Der Umbau und Wandel wird fortgesetzt. Künftiges Wachstum soll sowohl aus weiteren Investitionen in Hotels und Kreuzfahrtschiffe kommen als auch durch die Digitalisierung. Der Ausbau der einheitlichen globalen Plattform für das Kundenbeziehungsmanagement und der Einsatz neuester Technologien erlaubt der TUI den Kunden bessere und maßgeschneiderte Angebote zu machen. Um den Umbau zu beschleunigen, hat TUI auch in den Ausbau des Geschäftsfeldes TUI Destination Experiences investiert, dem Anbieter von Services und Aktivitäten in den Urlaubsgebieten. Mittlerweile ist die spanische TUI-Tochter in 49 Ländern weltweit vertreten. Darüber hinaus ist mit der Übernahme des italienischen Technologieunternehmens Musement eine hochattraktive Plattform unter das Konzern-Dach gerückt. Diese bringt die Aktivitäten, Ausflüge und Services im Urlaubsgebiet sowie Gäste und ihre Wünsche zusammen. Zusätzlich hat die TUI begonnen, eigene Hotelkapazitäten über die Blockchain zu steuern. Damit soll eine optimale Auslastung erreicht werden und das eigene Yield-System die Profitabilität verbessern. Moderne IT, künstliche Intelligenz und Algorithmen sollen künftig zur Steigerung des Konzernergebnisses beitragen. „Die internationale Stärke der Marke TUI, moderne IT und mehr als 20 Millionen Kunden sind die perfekte Basis für zusätzliche

<sup>1</sup> auf Basis konstanter Wechselkurse

Geschäfte und neues Wachstum. Mit diesem Wissen bringen wir Kundenwünsche und Angebote zusammen und können Umsatz und Ergebnis in diesem Segment steigern, ohne dafür größere Investitionen zu tätigen“, sagte Jousen.

## Übersicht der Segmente – Urlaubserlebnisse

### **TUI Hotels & Resorts mit starker Ergebnisentwicklung, Auslastung und Durchschnittspreise pro Bett gesteigert – 16 neue Hotels in 2018 eröffnet**

TUI Hotels & Resorts hat das operative Ergebnis im Gesamtjahr 2018 deutlich gesteigert, Auslastung und Durchschnittspreise pro Bett wurden verbessert:

- Bereinigtes EBITA auf Basis konstanter Wechselkurse: +38,7 Prozent auf 494,5 Millionen Euro (Vorjahr: 356,5 Millionen Euro)
- Bereinigtes EBITA: +19,4 Prozent auf 425,7 Millionen Euro
- Durchschnittspreis pro Bett: 65 Euro (Vorjahr: 63 Euro)
- Durchschnittliche Auslastung: 83 Prozent (Vorjahr 79 Prozent)

2018 wurden insgesamt 16 neue Häuser der TUI Hotels & Resorts Kernmarken eröffnet, darunter auf Sansibar, in Mexiko, auf den Malediven, in Thailand, der Dominikanischen Republik, Tunesien, Ägypten, Griechenland und Zypern.

### **Kreuzfahrten: Investitionen zahlen sich aus, Kapazitäts- und Ergebniswachstum**

Im Berichtszeitraum konnten die drei Kreuzfahrtgesellschaften der TUI Group, TUI Cruises, Marella Cruises und Hapag-Lloyd Cruises das operative Ergebnis deutlich steigern. Die Durchschnittsraten verbesserten sich ebenfalls stark:

- Bereinigtes EBITA: +26,8 Prozent auf 324,0 Millionen Euro (Vorjahr: 255,6 Millionen Euro)
- Durchschnittliche Rate pro Tag und Passagier (in Klammern Vorjahr):
  - TUI Cruises 178 Euro (Vorjahr: 173 Euro)
  - Marella Cruises 141 GBP (Vorjahr: 131 GBP)
  - Hapag-Lloyd Cruises 615 Euro (Vorjahr: 594 Euro)
- Durchschnittliche Auslastung:
  - TUI Cruises 100,8 Prozent (Vorjahr: 101,9 Prozent)
  - Marella Cruises 100,9 Prozent (Vorjahr: 101,7 Prozent)
  - Hapag-Lloyd Cruises 78,3 Prozent (Vorjahr: 76,7 Prozent)

Im Mai 2018 wurde die neue Mein Schiff 1 in die Flotte der TUI Cruises aufgenommen. Im Februar 2019 wird die neue Mein Schiff 2 in Dienst gestellt. Auch Marella Cruises wurde modernisiert: Im

Berichtszeitraum wurde die Marella Explorer in Dienst gestellt, im kommenden Jahr folgt die Marella Explorer 2. Die Flotte der TUI-Konzerntochter Hapag-Lloyd Cruises wird im kommenden Jahr ebenfalls erweitert: Im Kalenderjahr 2019 ergänzen die Neubauten Hanseatic nature und Hanseatic inspiration als Luxus-Expeditionsschiffe die Flotte. Expeditionskreuzfahrten sind international ein stark wachsendes Segment. Die TUI-Tochter Hapag Lloyd Cruises ist bestens positioniert und gehört weltweit zur Top-Liga bei Luxus- und Expeditionskreuzfahrten.

### **Zielgebietserlebnisse: mehr Kunden, höheres Ergebnis**

Das Geschäftsfeld Zielgebietserlebnisse (TUI Destination Experiences/Sitz: Palma de Mallorca) hat im Geschäftsjahr 2018 eine starke operative Entwicklung erzielt. Im Berichtszeitraum konnte die Zahl der ankommenden Kunden als auch die Anzahl der verkauften Aktivitäten und Touren gesteigert werden. Das Geschäftsfeld mit Services, Ausflügen und Erlebnis-Angeboten am Urlaubsort hat TUI weiter ausgebaut. Im Berichtszeitraum wurden auch die zwei Zukäufe bekannt gegeben: Der Kauf des Unternehmens Destination Management wurde Anfang August bereits abgeschlossen. Im September kündigte die TUI die Übernahme des italienischen Technologie-Unternehmens Musement an. Mit beiden Transaktionen wird der Konzern zu einem der weltweit führenden Digital-Anbieter für Zielgebiet-Services und Freizeitaktivitäten.

- Bereinigtes EBITA bei konstanten Wechselkursen: +33,6 Prozent auf 46,9 Millionen Euro (Vorjahr: 35,1 Millionen Euro)
- Bereinigtes EBITA: +27,4 Prozent auf 44,7 Millionen Euro

### **TUI führt Märkte & Airlines zusammen: Gästezuwachs +4,7 Prozent - Sommer war für Branche und klassische Reiseveranstalter anspruchsvoll**

Um das klassische Veranstaltergeschäft in den Märkten effizienter und wettbewerbsfähiger zu machen und um Synergien zu nutzen, werden die Märkte (Reiseveranstalter) und Fluggesellschaften des Konzerns seit Sommer 2018 unter einem Dach im Vorstandsressort Märkte & Airlines geführt. Im Berichtszeitraum wurden die Gästezahlen über alle Märkte um 4,7 Prozent auf 21,1 Millionen gesteigert. 2018 war insbesondere für Reiseveranstalter anspruchsvoll. Das schwache britische Pfund infolge des Brexit Votums, anhaltende Beeinträchtigungen im Flugverkehr durch Fluglotsenstreiks in Frankreich und ein langer heißer Sommer in Nord- und Zentraleuropa waren branchenweit spürbar. Dies zeigte sich auch im operativen Ergebnis des Bereichs Märkte & Airlines, das unter dem Wert des Vorjahres blieb.

- Bereinigtes EBITA auf Basis konstanter Wechselkurse: -14,6 Prozent auf 449,8 Millionen Euro (Vorjahr: 526,5 Millionen Euro)
- Bereinigtes EBITA: -14,1 Prozent auf 452,5 Millionen Euro

**Ausblick: Buchungen für Winter knapp auf Vorjahresniveau – Hotels und Kreuzfahrten entwickeln sich weiter positiv – TUI will 2019 beim operativen Ergebnis wieder um mindestens 10 Prozent<sup>1</sup> wachsen**

Hotels und Kreuzfahrten bleiben starke Wachstumssäulen und entwickeln sich weiterhin gut. Die Buchungsraten für die Hotels des Konzerns in der Türkei und in Nordafrika ziehen wieder deutlich an. Die spanischen Hotels der TUI bleiben gut gebucht. Am 4. Dezember wurde auch der sehr beliebte Robinson Club Jandia Playa nach mehreren Monaten Um- und Neubau wieder eröffnet.

Die Buchungslage für den aktuellen Winter 2018/19 (Stand: 2. Dezember 2018) befindet sich knapp auf Vorjahresniveau.

- Buchungen: -1 Prozent
- Durchschnittspreise: -2 Prozent

TUI Group  
Group Corporate &  
External Affairs  
Karl-Wiechert-Allee 4  
30625 Hannover

group.communications@tui.com  
www.tuigroup.com

TUI bestätigt die Prognose: In den drei Geschäftsjahren bis 2020 soll ein durchschnittlicher Zuwachs des bereinigten EBITA um mindestens 10 Prozent<sup>1</sup> erzielt werden. Im Geschäftsjahr 2019 erwartet der Konzern für das bereinigte EBITA auf Basis konstanter Wechselkurse und im Vergleich zum angepassten Vorjahreswert ein Wachstum von mindestens 10 Prozent. Die Einflüsse im herausfordernden traditionellen Veranstaltergeschäft (Märkte & Airlines) will TUI insbesondere durch weiteres Wachstum in den Hotel- und Kreuzfahrtgesellschaften, durch Digitalisierungs- und Effizienzinitiativen sowie den Ausbau des Geschäftsfeldes Destination Experiences erreichen.

#### Über die TUI Group

Die TUI Group ist der weltweit führende Touristikonzern und in rund 180 Zielgebieten der Erde aktiv. Sitz des Konzerns ist Deutschland. Die Aktie der TUI notiert im FTSE 100, dem Leitindex der Londoner Wertpapierbörse, sowie im Freiverkehr in Deutschland. Die TUI Group verzeichnete im Geschäftsjahr 2018 einen Umsatz von 19,5 Milliarden Euro und ein operatives Ergebnis von 1,147 Milliarden Euro. Der Konzern beschäftigt rund 70.000 Mitarbeiter in über 100 Ländern. TUI bietet für seine rund 27 Millionen Kunden, davon 21 Millionen in den europäischen Landesgesellschaften, Services aus einer Hand. Die gesamte touristische Wertschöpfungskette findet sich unter dem Dach des Konzerns wieder. Dazu gehören rund 380 eigene Hotels und Resorts mit Premium-Marken wie RIU und Robinson und 16 Kreuzfahrtschiffe, von der MS Europa und der MS Europa 2 in der Luxusklasse bis zur "Mein Schiff"-Flotte der TUI Cruises und Kreuzfahrtschiffen bei Marella Cruises in England. Zum Konzern gehören darüber hinaus international führende Veranstaltermarken, 1.600 Reisebüros in Europa sowie fünf europäische Veranstalter-Fluggesellschaften mit rund 150 modernen Mittel- und Langstrecken-Flugzeugen.

Die globale Verantwortung für nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln ist Kern unserer Unternehmenskultur. Die 2015 von TUI gegründete TUI Care Foundation setzt auf die positiven Effekte des Tourismus, auf Bildung und Ausbildung sowie die Stärkung von Umwelt- und Sozial-Standards. Sie unterstützt so Urlaubsdestinationen in ihrer Entwicklung. Die TUI Care Foundation ist heute in mehr als 20 Ländern der Welt tätig und initiiert Projekte, die neue Chancen für die kommende Generation schaffen.

#### TUI Group Group Corporate & External Affairs

Kuzey Alexander Esener

Leiter Presse

+49 (0) 511 566 6024

[kuzey.esener@tui.com](mailto:kuzey.esener@tui.com)

<sup>1</sup> auf Basis konstanter Wechselkurse