

TUI Group: Voraussetzungen geschaffen für schnelle Wiederaufnahme der Reiseaktivitäten nach herausforderndem Corona-Jahr 2020 / Konzern beschleunigt Neuausrichtung und erhöht langfristige Kostensenkungen / Markt intakt, TUI- Geschäftsmodell zukunftsfest - Nachfrage nach Urlaubsreisen hoch

- **Maßnahmen zur globalen Neuausrichtung beschleunigt und Kostenziel erhöht: Einsparungen von jährlich 400 Millionen Euro avisiert**
- **Nachfrage nach Reisen steigt: Programm für Mai 2021 bereits zu 50 Prozent gebucht**
- **Sommer 2021: Durchschnittspreise +14 Prozent - Buchungen 3 Prozent höher als für Sommer 2019**
- **Umsatz im Corona-Jahr erreicht 7,9 Milliarden Euro^[1] (Vorjahr: 18,9 Milliarden Euro)**
- **Signifikante Kostensenkungen grenzen Verlust im Gesamtjahr ein: bereinigtes EBIT -3,0 Milliarden Euro^[1] (Vorjahr: 893,5 Millionen Euro)**
- **TUI verfügt über liquide Mittel in Höhe von 2,5 Milliarden Euro^[2]**
- **Vorstandsvorsitzender Fritz Jousen: „Sehr schnelle Kosten- und Liquiditätsmaßnahmen, eine beschleunigte Neuausrichtung und unser flexibles Geschäftsmodell haben es ermöglicht den Konzern durch die Krise zu steuern. Die TUI ist bereit für eine zügige und erfolgreiche Wiederaufnahme der Reisetätigkeiten, sobald die Lockdowns aufgehoben sind und Destinationen wieder öffnen. Die Aussicht auf Impfungen ab dem Jahresbeginn lässt die Nachfrage nach Sommerurlaub 2021 deutlich steigen. Wir sind gerüstet für den Neustart nach der Krise.“**

Hannover, 10. Dezember 2020. TUI bereitet sich nach dem Corona-Krisenjahr 2020 intensiv auf einen Neustart in 2021 vor. Die Pandemie ist nicht vorbei, aber es gibt Licht am Ende des Tunnels und die Perspektiven für den Tourismus und für TUI sind gut. Die Nachfrage nach Urlaubsreisen ist da - Verbraucher in allen Altersgruppen geben an, dass das Reisen für sie im Corona-Jahr zu den am stärksten vermissten

^[1] Pro Forma Berechnung nach IAS 17

^[2] Stand: 30. November 2020, einschließlich 3. Finanzierungspaket und Ablösung des Senior Bonds i.H.v. 300 Mio. Euro

Aktivitäten gehört. 2021 wird für den Tourismus ein Übergangsjahr, 2022 ist dann zu einer Rückkehr zum Niveau vor Corona zu rechnen.

Insbesondere der Urlaubssektor wird sich schneller erholen als der Gesamtsektor. TUI war vor Ausbruch der Pandemie hervorragend in das Geschäftsjahr gestartet, die weltweiten Reisewarnungen seit März 2020 haben den Konzern dann zur weitgehenden Einstellung des Geschäfts gezwungen. Es gab im Corona-Krisenjahr 2020 unter anderem kein Ostergeschäft, keine Reisen an Pfingsten und ein nur sehr eingeschränktes Sommergeschäft. Der Konzern hat frühzeitig Kostensenkungs- und Finanzierungsmaßnahmen eingeleitet und die globale Neuausrichtung beschleunigt. Neben der Sicherung zusätzlicher Liquidität wurden umfangreiche Projekte zur Kosteneinsparung gestartet. Das langfristige Ziel, die jährlichen Kosten zu senken wird von zuvor 300 Millionen Euro auf nun 400 Millionen Euro erhöht.

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

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

Fritz Jousen, Vorstandsvorsitzender TUI Group: “Die schnellen Maßnahmen zu Kostensenkungen und zur Liquiditätssicherung sind für den Konzern wichtig. Sie sind ein stabiles Fundament für die Zukunft. TUI war vor der Krise kerngesund, und wir wollen so schnell wie möglich zu alter Stärke zurückkehren. Der Markt ist intakt, unser Geschäftsmodell ist zukunftsfest und die Nachfrage der Kunden ist da. Urlaubsreisen bleiben sehr relevant für die Menschen. Gleichzeitig stärkt der internationale Tourismus den südlichen Euro-Raum und auch Nordafrika in besonderer Weise. Wir sind sehr gut aufgestellt, um das operative Geschäft wieder in größerem Umfang aufzunehmen, sobald die Lockdowns aufgehoben und Destinationen wieder geöffnet werden. Unser Geschäftsmodell mit eigenen Veranstaltern, den Reisebüros, Flugzeugen, Hotels und Schiffen unter dem Dach der TUI machen eine Wiederaufnahme sehr schnell möglich. Die Aussicht auf erfolgreiche Impfungen ab dem Jahresbeginn macht zuversichtlich. Alle Indikatoren weisen auf einen erfolgreichen Neustart des Reisegeschäfts hin, sobald die Pandemie überwunden ist. Wir sind gerüstet für diesen Neustart. Den

eingeleiteten Wandel setzen wir konsequent fort, um nach der Krise besser und effizienter zu sein.“

Transformation des Konzerns beschleunigt – TUI wird digitaler, schlanker, effizienter

Die bereits vor der Krise eingeleitete Transformation und der Ausbau der digitalen Plattformen des Konzerns werden konsequent umgesetzt und haben in der Pandemie einen weiteren Schub erfahren. In allen Bereichen des Konzerns hat die Pandemie die Digitalisierung des Geschäfts weiter beschleunigt. Wo es im Interesse des Kunden ist, werden Services zukünftig noch stärker digitalisiert. Die Maxime ist mehr und besserer Service im Sinne der Kunden. Gleichzeitig bietet die Digitalisierung erhebliche Effizienz- und Kostensenkungspotenziale. Bereits im Frühjahr wurde ein umfangreiches Programm zur Kostenreduzierung aufgelegt.

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

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

Kurzfristig umgesetzte Kostensenkungen begrenzen Verlust im Gesamtjahr – Umsatz bei rund 8 Milliarden Euro

Die ersten fünf Monate des Geschäftsjahres 2020 (Oktober 2019 bis Februar 2020) waren für die TUI sehr erfolgreich, im Januar wurde mit +14 Prozent ein Buchungsrekord erzielt. Mitte März musste der Konzern dann sämtliche Reisetätigkeiten aufgrund der weltweiten Reisewarnungen vollständig einstellen. Der Touristikonzern konnte erst wieder Umsatz erwirtschaften, als er Mitte Juni in einem Pilotprojekt erste Urlaubsgäste nach Mallorca fliegen durfte und eine beschränkte Wiederaufnahme der operativen Tätigkeiten ab Juli möglich wurde. Besonders stark war 2020 Griechenland als Urlaubsland. Seit dem Neustart im Sommer hat die TUI für mehr als zwei Millionen Gäste den Urlaub sicher ermöglicht. Das bereinigte EBIT auf Basis konstanter Wechselkurse lag bei -3,0 Milliarden Euro^[1] (Vorjahr 893,5 Millionen Euro). Der Umsatz erreichte 7,9 Milliarden Euro und lag 58 Prozent unter dem Vorjahr (18,9 Milliarden Euro). Bereits vor der Krise wurde der Verkauf der Hapag-Lloyd Cruises in das mit der Royal Caribbean Group gemeinsam betriebene Joint Venture TUI Cruises eingeleitet. Die Transaktion wurde trotz des schwierigen Krisenumfelds im

^[1] Pro Forma Berechnung nach IAS 17

Sommer erfolgreich abgeschlossen. Durch den Erlös konnte die Liquidität des Konzerns zusätzlich verbessert werden. Außerdem hatte sich die TUI mit Boeing über einen Ausgleich der Folgen des 737 MAX-Flugverbots geeinigt.

Finanzierung und Liquidität für anhaltende Pandemie gesichert

Angesichts des weiterhin volatilen Marktumfeldes und der anhaltenden Reisebeschränkungen hat sich die TUI AG mit privaten Investoren, Banken und dem Bund auf ein zusätzliches Finanzierungspaket in Höhe von insgesamt 1,8 Milliarden Euro geeinigt. Das in der vergangenen Woche vereinbarte Paket sieht unter anderem eine Bezugsrechtskapitalerhöhung in Höhe von rund 500 Millionen Euro vor, der Ankeraktionär des Konzerns hat bereits seine Beteiligung bestätigt. Außerdem ist eine wandelbare stille Einlage des Wirtschaftsstabilisierungsfonds in Höhe von 420 Millionen Euro enthalten. Das Finanzierungspaket stärkt die Position der TUI vor dem Hintergrund der zunehmenden Reisebeschränkungen durch wieder ansteigende Infektionszahlen und ein damit verbundenes kurzfristigeres Buchungsverhalten einiger Kunden. Der Konzern sichert die Liquidität während der andauernden Pandemie.

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

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

Prognose für Wiederaufnahme umfangreicher Reisetätigkeiten in 2021 nicht verlässlich möglich

Aufgrund des weiterhin hohen Infektionsgeschehens und der daraus resultierenden Lockdowns in den Märkten und nur wenigen verfügbaren Reisekorridoren, lässt sich zum jetzigen Zeitpunkt keine verlässliche Prognose abgeben, in welchem Umfang und Zeitraum die Reiseaktivitäten 2021 stattfinden können. Derzeit sind aus den wichtigsten Kernmärkten insbesondere Reisen auf die Kanaren als beliebtem Winterziel möglich. Kreuzfahrten rund um die Kanaren ohne Landgänge (Blaue Reisen) finden ebenfalls statt.

Die Gesamtbuchungen über alle Märkte für den Winter 2020/21 liegen aktuell um 82 Prozent unter Vorjahr, und entsprechen in etwa den reduzierten Kapazitäten. Die Durchschnittspreise liegen um vier Prozent höher. Die Buchungen für den Sommer 2021 liegen im Vergleich zum regulären Sommer 2019 um drei Prozent

höher. Die durchschnittlichen Preise für das Sommerprogramm 2021 liegen aktuell um 14 Prozent höher als für 2020.

Positive Perspektive für den Tourismussektor und die TUI nach der Pandemie

Das ungebrochen hohe Interesse der Verbraucher an Urlaubsreisen verspricht bei einer Entspannung der Corona-Lage für den Urlaubssektor eine schnelle Erholung. Der Tourismus wird langfristig eine Wachstumsindustrie bleiben. Als sichere und verlässliche Reiseform wird gerade die Pauschalreise bei der Wiederaufnahme der Reisen eine wichtige Rolle spielen. Auch im Kreuzfahrtsegment ist mit einer kompletten Wiederaufnahme des Geschäfts zu rechnen, sobald Impfstoffe in der Breite verfügbar werden. Der Restart der Kreuzfahrten im Sommer 2020 hat das große Interesse der Kunden bewiesen. Mit starken Urlaubsmarken, differenzierten Produkten und einem breit aufgestellten Vertrieb in den wichtigen europäischen Märkten ist die TUI in guter Position um nach der Pandemie wieder erfolgreich auf Kurs zu gehen.

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

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

Über die TUI Group

Die TUI Group ist der weltweit führende Touristikkonzern und weltweit aktiv. Sitz des Konzerns ist Deutschland. Die Aktie der TUI notiert im FTSE 250, dem Leitindex der Londoner Wertpapierbörse, sowie im Freiverkehr in Deutschland.

Der TUI Konzern bietet für seine 28 Millionen Kunden, davon 21 Millionen in den europäischen Landesgesellschaften, integrierte Services aus einer Hand. Die gesamte touristische Wertschöpfungskette wird unter einem Dach abgebildet. Dazu gehören über 400 Hotels und Resorts mit Premium-Marken wie RIU, TUI Blue und Robinson und 15 Kreuzfahrtschiffe, von der MS Europa und der MS Europa 2 in der Luxusklasse und Expeditionsschiffen bis zur Mein Schiff-Flotte der TUI Cruises und Kreuzfahrtschiffen bei Marella Cruises in England. Zum Konzern zählen außerdem europaweit führende Veranstaltermarken und Online-Vermarktungsplattformen, fünf Fluggesellschaften mit mehr als 100 modernen Mittel- und Langstrecken-Flugzeugen und über 1.000 Reisebüros. Neben dem Ausbau des Kerngeschäfts mit Hotels, Kreuzfahrten über erfolgreiche Joint Ventures und Aktivitäten in den Urlaubsdestinationen setzt die TUI verstärkt auf den Ausbau digitaler Plattformen. Der Konzern wandelt sich zu einem Digitalunternehmen.

Die globale Verantwortung für nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln ist Kern unserer Unternehmenskultur. Die von TUI initiierte TUI Care Foundation setzt mit Projekten in 25 Ländern 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 weltweit tätige TUI Care Foundation initiiert Projekte, die neue Chancen für die kommende Generation schaffen.

**TUI Group
Group Corporate & External Affairs**

Kuzey Alexander Esener
Konzernkommunikation
Tel. +49 (0) 511 566 6024
kuzey.esener@tui.com

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

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