

**TUI Group erwartet starken Reise-Sommer 2023 – sehr gute Buchungsentwicklung und deutlich verbessertes 2. Geschäftsquartal / 2,4 Millionen TUI Gäste im Berichtszeitraum – Umsatz und Ergebnis stark verbessert / Sommer 2023 Buchungen 13 Prozent über Vorjahr und bei 96 Prozent des Sommers 2019 / Konzern auf Kurs zu profitabilem Wachstum und signifikant höherem positiven Ergebnis in 2023**

- **Umsatz im 2. Geschäftsquartal 2023 bei 3,2 Milliarden Euro (Vorjahr: 2,1 Milliarden Euro)**
- **Bereinigtes EBIT im branchentypisch schwächeren 2. Quartal 2023 um 88 Millionen Euro auf -242 Millionen Euro verbessert – ohne Sondereffekte des Vorjahrs: Verbesserung um +181 Millionen Euro**
- **Segment Holiday Experiences mit Hotels, Kreuzfahrten und Aktivitäten: bereinigtes EBIT im 2. Quartal 2023 um 148 Millionen Euro auf 80 Millionen Euro verbessert**
- **Segment Märkte & Airlines: bereinigtes EBIT im 2. Quartal mit -309 Millionen Euro nahezu auf vergleichbarem Niveau von 2019 – ohne Sondererträge des Vorjahres ergibt sich Verbesserung um 47 Millionen Euro gegenüber dem 2. Quartal 2022**
- **2,4 Millionen Gäste reisten im Berichtszeitraum mit TUI in den Urlaub**
- **Weiterhin starke Buchungsentwicklung: Buchungen für Sommer 2023 aktuell +13 Prozent über Vorjahr, Durchschnittspreise ebenfalls höher**
- **Sommer 2023 Buchungen erreichen 96 Prozent des Niveaus vom Sommer 2019, in den letzten sechs Wochen liegen die Buchungen über Sommer 2019 Niveau**
- **Nach erfolgreicher Kapitalerhöhung WSF-Hilfen vollständig zurückgezahlt – TUI mit mehr finanzieller und unternehmerischer Freiheit**
- **Nettoverschuldung sinkt einschließlich Erlös aus Kapitalerhöhung pro Forma auf 3,1 Milliarden Euro**
- **TUI CEO Sebastian Ebel: „Starke Buchungsentwicklung und deutlich verbesserte Quartalszahlen unterstreichen unsere Erwartungen: Es wird ein starker Sommer und ein gutes Geschäftsjahr 2023 mit einem signifikant höheren positiven Ergebnis. Unsere strategischen Initiativen greifen, die Schulden beim Staat sind getilgt. Unser Ziel: Rückkehr zu alter Stärke und profitabilem Wachstum.“**

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

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

**Hannover/London, 10. Mai 2023.** Eine starke Buchungsentwicklung und ein deutlich verbessertes zweites Geschäftsquartal unterstreichen die positiven Erwartungen der TUI: Der Touristikkonzern rechnet 2023 mit einem starken Sommer und mit einem signifikant höheren positiven Ergebnis im Gesamtjahr gegenüber dem Vorjahr. Der Umsatz kletterte im 2. Geschäftsquartal (Januar bis März) um gut eine Milliarde Euro gegenüber dem Vorjahr auf 3,2 Milliarden Euro. Das bereinigte Konzern-EBIT verbesserte sich im saisonal bedingt schwächeren 2. Geschäftsquartal deutlich um 88 Millionen Euro auf -242 Millionen Euro (ohne Sondereffekte des Vorjahres ergibt sich eine Verbesserung um +181 Millionen Euro). Die Zahl der mit TUI im Berichtszeitraum gereisten Gäste erhöhte sich auf 2,4 Millionen.

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

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

**Sebastian Ebel, Vorstandsvorsitzender der TUI Group:** „Wir haben unsere Ergebnisse im 2. Quartal signifikant gesteigert, die abgeschlossene Wintersaison hat sich bei guten Preisen im Rahmen unserer Erwartungen entwickelt. Die starke Buchungsentwicklung insbesondere der letzten sechs Wochen und die deutlich verbesserten Quartalszahlen belegen unsere Erwartungen: Wir rechnen mit einem starken Sommer und einem guten Geschäftsjahr 2023 mit einem signifikant höheren positiven Ergebnis. Unsere strategischen Initiativen greifen, wir haben die Hilfen des WSF getilgt und richten alles auf profitables Wachstum aus. Wir wollen zu alter Stärke zurückkehren. Das ist unser Anspruch und unser Versprechen gegenüber Kunden, Mitarbeitenden, Partnern und insbesondere auch den Aktionären, die die erfolgreiche Umsetzung unserer Kapitalerhöhung erst ermöglicht haben.“

### **Nach erfolgreicher Kapitalerhöhung Corona-Hilfen des WSF zurückgezahlt und KfW-Kreditlinie reduziert – Nettoverschuldung sinkt unter Einbeziehung der Erlöse der Kapitalerhöhung pro Forma auf 3,1 Milliarden Euro**

Die TUI AG hat wie angekündigt die Corona-Hilfen des Staates zügig abgelöst. Der mit dem Wirtschaftsstabilisierungsfonds (WSF) vereinbarte und im Dezember 2022 angekündigte Fahrplan zur vollständigen Rückführung der vom WSF erhaltenen Stabilisierungshilfen wurde noch im Berichtszeitraum initiiert. Zur Finanzierung der Rückzahlungen wurde im April eine Kapitalerhöhung mit Bezugsrechten erfolgreich abgeschlossen. Der Bruttoemissionserlös betrug rund 1,8 Milliarden Euro. Mit dem Erlös aus der Kapitalerhöhung erfolgte die vollständige Rückführung der verbliebenen Stabilisierungsmaßnahmen des WSF und eine signifikante Reduzierung der KfW-Kreditlinie. Unter Einbeziehung des Erlöses aus der Kapitalerhöhung sinkt die Nettoverschuldung pro Forma deutlich auf 3,1 Milliarden Euro. Die TUI hat ihr Versprechen gehalten, die staatlichen Hilfen so schnell wie möglich zurückzuführen.

**Überblick 2. Geschäftsquartal: 2,4 Millionen Gäste reisen im Berichtszeitraum mit der TUI – Konzern-Umsatz und bereinigtes EBIT deutlich verbessert – bereinigtes EBIT Hotels & Resorts das vierte Quartal in Folge über Vorkrisenniveau – Kreuzfahrten das vierte Quartal in Folge positiv beim operativen Ergebnis**

Im Segment **Holiday Experiences** mit Hotels, Kreuzfahrten, Touren und Aktivitäten, erreichte der Bereich **Hotels & Resorts** das vierte Quartal in Folge ein operatives Ergebnis über dem Niveau von 2019. Das bereinigte EBIT verbesserte sich im zweiten Geschäftsquartal deutlich auf 78,0 Millionen Euro (Vorjahr: 23,7 Millionen Euro). Insbesondere Riu trug zu dieser positiven Entwicklung bei, wobei die Karibik, die Kanaren und die Kapverden die wichtigsten Zielgebiete waren. Die Gesamtauslastung des Bereichs Hotels & Resorts stieg im Vergleich zum Vorjahr um insgesamt 18 Prozentpunkte auf 83 Prozent. Die Hotels in der Karibik erreichten eine durchschnittliche Auslastung von 92 Prozent, wobei Mexiko mit 93 Prozent im zweiten Quartal beliebtestes Ziel war. Die Hotels auf den Kanarischen Inseln waren in diesem Winter ebenfalls sehr gefragt und erreichten eine durchschnittliche Auslastung von 86 Prozent. Weitere wichtige Reiseziele in diesem Quartal waren Ägypten und die Kapverden.

Im zweiten Quartal 2023 stieg die durchschnittliche Zimmerrate im Vergleich zum Vorjahr um 16 Prozent auf 100 Euro.

Der Bereich **Kreuzfahrten** umfasst das Gemeinschaftsunternehmen **TUI Cruises** in Deutschland, das Kreuzfahrtschiffe unter den Marken **Mein Schiff** und **Hapag-Lloyd Cruises** betreibt, sowie **Marella Cruises** in Großbritannien. Im zweiten Quartal 2023 war die vollständige Flotte von 16 Schiffen in Dienst, während der Betrieb im Vorjahresquartal eingeschränkt war und erst allmählich hochgefahren wurde, als die COVID-19-Beschränkungen gelockert wurden. Das bereinigte EBIT des Bereichs verbesserte sich erheblich auf 14,8 Millionen Euro, nach einem Verlust im Vorjahr (2. Quartal 2022: -73,5 Millionen Euro). Die Auslastung der Schiffe der drei Marken lag zwischen 67 und 95 Prozent, die verfügbaren Passagiertage erhöhten sich um 47 Prozent auf 2,4 Millionen.

Das Kreuzfahrtgeschäft erholt sich weiter und erreicht beim Ergebnis das vierte positive Quartal in Folge, wobei TUI Cruises im Berichtszeitraum ein für den TUI Konzern anteiliges Ergebnis nach Steuern von 18 Millionen Euro erzielte. Für das zweite Halbjahr des Geschäftsjahres 2023 ist die durchschnittliche Tagesrate bei TUI Cruises aktuell 1 Prozent über dem Vorjahr, die Auslastung liegt um 23 Prozentpunkte höher als im vergleichbaren Zeitraum des Vorjahres.

Der Geschäftsbereich **TUI Musement** mit Touren und Aktivitäten verringerte im Berichtszeitraum den bereinigten EBIT-Verlust auf -12,7 Millionen Euro, nach -18,2 Millionen Euro im Vorjahr. Die Verbesserung spiegelt den Vorteil unseres integrierten Modells und das Wachstum des

Drittvertriebs über die TUI Musement-Plattform wider. Im Berichtsquartal profitierte TUI Musement von einem Anstieg der Gästetransfers, insgesamt wurden 3,4 Millionen Transfers in den Destinationen durchgeführt (Vorjahr: 2,5 Millionen). Darüber hinaus wurden rund 1,3 Millionen Erlebnisse verkauft, etwa 0,7 Millionen mehr als im Vorjahresquartal (2. Quartal 2022: 0,7 Millionen). Damit hat sich die Zahl der Ausflug- und Aktivitäten-Buchungen nahezu verdoppelt.

Im Segment **Märkte & Airlines** war der bereinigte EBIT-Verlust im 2. Quartal 2023 mit -308,5 Millionen Euro höher als im Vorjahr (2. Quartal 2022: -262,2 Millionen Euro) und nahezu auf dem Niveau von 2019. Das Vorjahresquartal enthielt einen Gewinn von 43 Millionen Euro aus der Neubewertung und Auflösung ineffektiver Hedge-Positionen sowie rund 50 Millionen Euro staatliche Überbrückungshilfe in der Region Zentral für Geschäftsausfälle als Folge der Pandemie.

Ohne diese Effekte stieg das Ergebnis im Berichtszeitraum im Vergleich zum Vorjahr um 47 Millionen Euro. Traditionelle Kurz- und Mittelstreckenziele wie die Kanaren und Ägypten waren erneut beliebte Ziele der TUI Gäste, aber auch Langstreckenziele wie Mexiko und die

Dominikanische Republik wurden nachgefragt. Insgesamt wurde das Segment jedoch weiterhin durch den Inflationsdruck, insbesondere bei den Energiekosten, sowie durch Wechselkursschwankungen beeinträchtigt. Im 2. Quartal 2023 reisten insgesamt 2,4 Millionen Kunden mit TUI in den Urlaub, was einem Anstieg von 0,6 Millionen gegenüber dem 2. Quartal 2022 entspricht.

Die **Region Nord** (UK, Irland, Nordische Länder, Kanada) hat im 2. Quartal 2023 einen bereinigten EBIT-Verlust in Höhe von -147,5 Millionen Euro verbucht und damit das Ergebnis gegenüber dem Vorjahr um 33,4 Millionen Euro (2. Quartal 2022: -180,9 Millionen Euro) verbessert. Im 2. Quartal 2022 war ein Sondereffekt in Höhe von 16 Millionen Euro aus der Neubewertung und Auflösung von ineffektiven Hedge-Positionen enthalten. Auf vergleichbarer Basis stieg das Ergebnis des Segments deutlich um 50 Millionen Euro.

Das bereinigte EBIT der **Region Zentral** (Deutschland, Österreich, Schweiz, Polen) ist mit -102,1 Millionen Euro um 77,9 Millionen Euro niedriger ausgefallen als im Vorjahr (2. Quartal 2022: -24,2 Millionen Euro). Allerdings enthielt das Ergebnis des Vorjahresquartals einen Gewinn in Höhe von 30 Millionen Euro aus der Neubewertung und Auflösung ineffektiver Hedge-Positionen sowie eine Überbrückungshilfe des deutschen Staates in Höhe von rund 50 Millionen Euro für Geschäftsausfälle als Folge der Pandemie. Ohne diese Effekte lag das Ergebnis im Berichtszeitraum um 3 Millionen Euro über dem Vorjahreswert.

Die **Region West** (Niederlande, Belgien, Frankreich) hat mit einem bereinigten EBIT in Höhe von -59,2 Millionen Euro einen gegenüber dem Vorjahr (2. Quartal 2022: -57,0 Millionen Euro) leicht

höheren Verlust ausgewiesen. Trotz einer Verbesserung des Volumens in der Region im Vergleich zum Vorjahr waren die Ergebnisse des Segments leicht rückläufig, was auf höhere Betriebskosten der Fluggesellschaften und die anhaltenden Auswirkungen der Flugunterbrechungen am Flughafen Schiphol zurückzuführen war.

**Ausblick Buchungen: Reise-Winter im Rahmen der Erwartungen – Sommer 2023 +13 Prozent gegenüber Vorjahr und bei 96 Prozent des Sommers 2019, Durchschnittspreise deutlich höher**

Für den Winter 2022/23 und den Sommer 2023 verzeichnet die TUI 12,9 Millionen Buchungen, wobei seit dem Zwischenbericht zum 1. Quartal 2023 mit der anhaltend guten

Buchungsentwicklung etwa 4,2 Millionen Buchungen hinzugekommen sind. Die Buchungszahlen für den Sommer 2023 sind weiterhin stark und liegen in den letzten sechs Wochen um 6 Prozent über dem Niveau von 2019, begleitet von höheren Durchschnittspreisen.

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

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

Im **Winter 2022/23** sind 4,7 Millionen Buchungen getätigt worden. Seit der letzten Mitteilung zum 1. Geschäftsquartal sind 0,6 Millionen Buchungen hinzugekommen. Damit steigen die Gesamtbuchungen für das Winterprogramm 2022/23 auf 133 Prozent des Vorjahrs und entsprechen 88 Prozent der Buchungen des Vorkrisenwinters 2018/19. Die Durchschnittspreise liegen um 10 Prozent höher als in der vorangegangenen Wintersaison. Im Vergleich zum Winter 2018/19 stiegen die Durchschnittspreise um 29 Prozent. In Großbritannien erreichten die Winterbuchungen wieder das Niveau von 2018/19 mit deutlich höheren Durchschnittspreisen gegenüber dem Vorkrisenwinter.

Die Buchungsentwicklung für den **Sommer 2023** bleibt weiterhin stark mit aktuell 8,3 Millionen Buchungen. Seit dem letzten Update im Rahmen der Zahlen zum 1. Quartal 2023 sind 3,6 Millionen Buchungen hinzugekommen. Derzeit sind 55 Prozent des Sommer-Programms verkauft, das entspricht 2 Prozentpunkte mehr als zum selben Zeitpunkt für den Sommer 2022 und in etwa dem Niveau für den Sommer 2019. Insgesamt liegen die Buchungen für den Sommer 2023 um 13 Prozent über dem Vorjahr und bei 96 Prozent des Niveaus vor der Pandemie. Insbesondere in den vergangenen sechs Wochen waren die Buchungen besonders stark und liegen um 6 Prozent über dem Sommer 2019.

Die Durchschnittspreise für den Sommer 2023 sind seit dem letzten Update gestiegen und liegen nun um 5 Prozent über Vorjahr. Auf vergleichbarer Basis liegen die Durchschnittspreise um 8 Prozent höher, sofern Umbuchungen für den Sommer 2022 aus früheren Saisons nicht berücksichtigt werden. Im Vergleich zum Sommer 2019 sind die Durchschnittspreise um 26 Prozent höher. Zu den beliebtesten Reisezielen der TUI Gäste zählen Spanien, Griechenland und die Türkei.

Der britische Markt ist mit einem zu 64 Prozent verkauften Programm weiterhin der am weitesten fortgeschrittene Markt. Die Buchungen entsprechen denen der Vorsaison und liegen um 10 Prozent über dem Niveau vor der Pandemie bei gleichzeitig höheren Durchschnittspreisen.

Angesichts der jüngsten positiven Buchungstrends sind wir zuversichtlich in unserer Annahme, dass die Kapazität für den Sommer 2023 annähernd auf dem normalisierten Niveau des Sommers 2019 liegen wird.

### **Ausblick Geschäftsjahr 2023**

Für das aktuelle Geschäftsjahr 2023 rechnet der Konzern mit einem starken Anstieg des Umsatzes und mit einem signifikant höheren positiven Ergebnis<sup>1</sup>.

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

#### **Über die TUI Group**

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

Die TUI Group ist ein weltweit führender Touristikkonzern und weltweit aktiv. Sitz des Konzerns ist Deutschland. Die Aktie der TUI notiert im FTSE 250, einem Index der Londoner Wertpapierbörse, im regulierten Markt der Niedersächsischen Börse zu Hannover sowie im Freiverkehr der Frankfurter Wertpapierbörse. Der TUI Konzern bietet für seine 21 Millionen Kunden 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 16 eigene 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 Großbritannien. Zum Konzern zählen außerdem europaweit führende Veranstaltermarken und Online-Vermarktungsplattformen, fünf Fluggesellschaften mit mehr als 130 modernen Mittel- und Langstrecken-Flugzeugen und rund 1.200 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

---

<sup>1</sup> Bereinigtes EBIT