

## TUI GROUP

**Buchungsupdate für Q4**

Vor dem Eintritt in die Close-Period und der Veröffentlichung ihrer Gesamtjahresergebnisse im Dezember für das zum 30. September 2022 endenden Geschäftsjahr, veröffentlicht der TUI Konzern ein Buchungsupdate:

**Sommer 2022 wird voraussichtlich wie erwartet abgeschlossen, kurzfristigeres Buchungsverhalten bei hohen Durchschnittspreisen setzt sich im Winter fort**

- Für das 4. Geschäftsquartal werden weitere bedeutende Fortschritte erwartet - Hotels & Resorts auf Kurs, zum fünften Mal in Folge ein positives Quartalsergebnis zu erzielen. Kreuzfahrten und TUI Musement verzeichnen erhebliche Verbesserungen. Märkte & Airlines erwirtschaftete trotz Flugbetriebsstörungen erhebliche Gewinne

**Märkte & Airlines**

- Insgesamt belaufen sich die Buchungen für das Sommerprogramm 2022<sup>1</sup> auf 12,9 Mio., ein Anstieg um 1,4 Mio. Buchungen seit unserem Update zum 3. Quartal. Die Buchungen entsprechen 91 % des Niveaus des Sommers 2019. In den wichtigsten Reisemonaten Juli und August lagen die Buchungen bei 94 % des Niveaus des Sommers 2019
- Mit einem Anstieg um +18 % gegenüber dem Sommer 2019 liegen die Durchschnittspreise weiterhin auf einem hohen Niveau. Diese Entwicklung wird dazu beitragen, die Auswirkungen des aktuell starken inflationären Umfelds abzufedern
- In UK liegen die Gesamtbuchungen für den Sommer 2022 um +4 % über dem Niveau des Sommers 2019. In Deutschland und den Niederlanden hat sich seit unserem Update zum 3. Quartal die Buchungsdynamik gegenüber dem Niveau des Sommers 2019 erheblich verstärkt
- Die Kosten aus Flugbetriebsstörungen liegen nach wie vor auf einem erhöhten Niveau, verbesserten sich jedoch weiterhin im Verlauf des 4. Quartals
- Die Buchungen für den Winter 2022/23<sup>1</sup> befinden sich noch in einem frühen Stadium. Wir gehen davon aus, dass sich unser Winterprogramm dem normalisierten Vor-Pandemie-Niveau annähern wird. Dabei können wir unsere Kapazitäten flexibel an die Kundennachfrage anpassen. Mit unserem flexiblen, integrierten Geschäftsmodell schaffen wir nicht nur einzigartige Winterurlaubserlebnisse für unsere Kunden, sondern bieten ihnen auch die Gewissheit, dass TUI die beste Wahl für ihre Urlaubsreise bleibt.
- Vor diesem Hintergrund belaufen sich aktuell die Buchungen für Winter 2022/23<sup>1</sup> auf 78 % des Niveaus des Winters 2018/19. Dabei liegen die Buchungen für die bevorstehenden Reisemonate November und Dezember bei 81 %. Die Durchschnittspreise liegen kumuliert um +26 % höher
- Erwartungsgemäß ist der UK-Markt, in dem das Programm zu 36 % verkauft ist, mit einem Anstieg der Buchungen um +9 % und der Durchschnittspreise um +22 % gegenüber dem Winter 2018/19, am weitesten fortgeschritten
- Das Programm für das 1. Quartal mit einem Mix aus Spätsommer und Frühwinter, ist zu 54 % verkauft im Vergleich zu rund 60 % in einem normalisierten Jahr
- Wie bereits im Sommer verzeichnen wir auch für den Winter erneut einen Trend zu einem höheren Anteil an kurzfristigen Buchungen und einer starken Preisentwicklung, die die solide Kundennachfrage nach Urlaubsreisen bestätigt

## Urlauberlebnisse

- Im 4. Quartal verzeichnet das Segment Hotels & Resorts erneut einen starken Geschäftsverlauf. Dabei entsprach die Auslastung in den Monaten Juli und August weitgehend dem Vor-Pandemie-Niveau, die Durchschnittspreise lagen darüber. Dies zeigt die Stärke unseres integrierten Geschäftsmodells und unseres Vertriebs. Für Winter 2022/23 erwarten wir eine anhaltend starke Nachfrage, insbesondere nach Reisen auf die Kanaren und in die Karibik
- Das Segment Kreuzfahrten setzt im 4. Quartal seine Erholung fort. Die Auslastung steigt stark an und die Raten erreichen das Niveau von 2019. Für Winter 2022/23 entwickelt sich die Auslastung erwartungsgemäß, während die Raten das Niveau des Winters 2019 übertreffen. Nach wie vor ist der Spätbucheranteil an den Gesamtbuchungen hoch, jedoch wächst mit der weiter zunehmenden Verbrauchervertrauen, der Anteil an mittelfristigen Buchungen
- TUI Musement hat mit kumuliert 6,3 Mio. verkauften Touren und Aktivitäten den Vorjahreswert von 1,2 Mio. deutlich übertroffen

## TUI Group

- Für das Geschäftsjahr 2022 bestätigen wir unsere Erwartung, zu einem signifikant positiven bereinigten EBIT<sup>2</sup> zurückzukehren. Daneben arbeiten wir weiter an der Realisierung unserer mittelfristigen Zielsetzungen: einem erheblichen Anstieg unseres bereinigten EBIT gegenüber den Ergebnissen des Geschäftsjahres 2019<sup>3</sup>, getrieben durch Umsatzwachstum sowie die Vorteile aus dem GRP<sup>4</sup>, und der Rückkehr zu einer Brutto-Leverage Ratio von unter 3,0x
- ESG Update: Nachhaltigkeit und ambitionierte ESG Standards haben für Vorstand und Group Executive Committee sehr hohe Priorität. Die Kriterien und Ansätze des Global Sustainable Tourism Council (GSTC) sind unser Anspruch und in immer mehr Bereichen die Messlatte unseres Tuns. Wir verfolgen einen neuen Ansatz bei der Anwendung der Nachhaltigkeitsstandards des GSTC auf unser Ausflugsportfolio. Unser Ziel ist ein breites Angebot für unsere Kunden zu schaffen und sie zu mehr nachhaltigen Ausflügen zu führen. Die TUI verfolgt zudem ehrgeizige Klimaziele, um die Vereinbarungen des Pariser Klimaabkommens und des Green Deal der EU zum Erfolg zu führen. TUI hat ihre Ziele zur Emissionsreduktion bei der Science Based Targets Initiative (SBTi) eingereicht und wird ihre Ziele, die Maßnahmen und die zeitliche Abfolge transparent gegenüber SBTi dokumentieren. Die Nachhaltigkeitsagenda soll nach Bestätigung der Ziele durch SBTi vorgestellt werden
- Die TUI Group wird ihren Geschäftsbericht am Mittwoch den 14. Dezember 2022, veröffentlichen und an diesem Tag auch eine Präsentation für Investoren und Analysten abhalten. Nähere Einzelheiten folgen

<sup>1</sup>Stand 11. September 2022, auf Basis konstanter Wechselkurse. Die Kennzahlen umfassen sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten  
<sup>2</sup> Angesichts der anhaltenden COVID 19-Pandemie und des Ukrainekriegs unterliegen die Annahmen für die Entwicklung des bereinigten EBIT erheblicher Unsicherheit. Die größte Unsicherheit betrifft die Auswirkungen auf das Kundenvertrauen im Fall einer möglichen Wiedereinführung von Reisebeschränkungen, einer möglichen weiteren Kosteninflation und/oder einer Eskalation des Kriegs in der Ukraine  
<sup>3</sup> GJ19A bereinigtes EBIT in Höhe von 839 Mio. €, ohne die Belastung aus dem Flugverbot für die Boeing MAX in Höhe von 293 Mio. €  
<sup>4</sup> Global Realignment Programme (Programm zur Globalen Neuausrichtung)  
<sup>5</sup> Definiert als Bruttoverschuldung (Finanzverbindlichkeiten inkl. Leasingverbindlichkeiten & Netto-Pensionsverbindlichkeiten) geteilt durch bereinigtes EBITDA/R

## Der Vorstandsvorsitzende der TUI Group, Fritz Jousen, und Finanzvorstand Sebastian Ebel erklären:

„2022 sehen wir einen starken Reisesommer nahezu auf dem Niveau des Sommer 2019. Wir bestätigen unsere Prognose und werden das Geschäftsjahr 2022 mit einem signifikant positiven bereinigten Ergebnis erfolgreich abschließen. In UK liegen die Buchungen mit +4% weiterhin deutlich über Vorkrisenniveau und auch in Deutschland und den Niederlanden lagen die Buchungen in den vergangenen Wochen über dem Vorkrisenniveau. Der Trend ging zu höherwertigen oder längeren Urlauben mit höherem Gesamtbudget für die Urlaubsreise. Das ist ermutigend und zeigt welche Bedeutung Urlaube und Reise-Erlebnisse in der Post-Corona-Zeit aktuell haben. Unsere starke Marke, das exklusive Produktportfolio mit eigenen Urlaubserlebnissen bei Hotels, Clubs und Schiffen sowie die starke Präsenz in den Destinationen sind Wettbewerbsvorteile, die sich weiter auszahlen werden und die wir ausbauen. Durch die während der Pandemie erfolgreich umgesetzten Effizienzprogramme haben wir zudem unsere Kostenstruktur deutlich und nachhaltig gesenkt. Wie sind schlanker, digitaler und effizienter. Das gibt uns Freiraum in den Kunden und das Urlaubserlebnis zu investieren: Qualität, Service und Nachhaltigkeit stehen im Fokus.“

## Buchungsentwicklung

Insgesamt belaufen sich die Buchungen für unser Sommerprogramm 2022<sup>1</sup> aktuell auf 12,9 Mio., ein Anstieg um 1,4 Mio. Buchungen seit unserem Buchungsupdate vom August. Aktuell entsprechen die Buchungen 91 % des Niveaus des Sommers 2019. Die Durchschnittspreise liegen insgesamt weiterhin auf einem hohen Niveau mit einem Anstieg um +18 % gegenüber dem Sommer 2019. Dies spiegelt einen höheren Anteil an Pauschalreisen im Produktmix und die höhere Nachfrage nach unseren Sommerreisen wider. Diese Entwicklung wird dazu beitragen, die Auswirkungen des aktuell stärker inflationären Umfelds abzufedern. Über 5,3 Mio. Gäste sind in den Hauptsommermonaten Juli und August in ihren TUI-Urlaub gestartet, doppelt so viele wie im Juli und August des Vorjahres, wo sich die Zahl auf 2,6 Mio. belief. Damit entsprachen die Buchungen in diesem Zeitraum 94 % des Niveaus des Sommers 2019. Mit einem Anstieg der Buchungen um +4 % gegenüber dem Sommer 2019 weist der UK-Markt weiterhin unsere stärksten Buchungseingänge auf. Seit unserem Update zum 3. Quartal verzeichnen wir insbesondere in Deutschland und den Niederlanden eine starke Buchungsdynamik mit einem Anstieg der Buchungen um +13 % bzw. +16 % gegenüber Sommer 2019. Beliebte Sommerziele unserer Kunden sind weiterhin die Kanaren, die Balearen, Griechenland und die Türkei. Erfreulicherweise haben sich die Flugbetriebsstörungen, die im Mai und Juni vor allem in UK verzeichnet wurden, im 4. Quartal verbessert, obgleich sie nach wie vor auf einem erhöhten Niveau liegen.

Die Buchungen für Winter 2022/23<sup>1</sup> befinden sich noch in einem frühen Stadium. Wir erwarten eine Normalisierung in Richtung des Vor-Pandemie-Niveaus und haben die Option, unsere Kapazitäten entsprechend der Kundennachfrage flexibel anzupassen. Durch unser flexibles, integriertes Geschäftsmodell können wir unseren Kunden nicht nur einzigartige Winterurlaubserlebnisse verschaffen, sondern ihnen auch die Gewissheit bieten, dass TUI die beste Wahl für Urlaubsreisen bleibt. Zu diesem frühen Zeitpunkt ist das Programm zu 26 % verkauft und die Buchungen entsprechen 78 % des Buchungsstands des Winters 2018/19. Für die bevorstehenden Reisemonate November und Dezember machen die Buchungen 81 % des Niveaus des Winters 2018/19 aus. Die Durchschnittspreise liegen aktuell bei +26 % über dem Niveau des Winters 2018/19. Wie üblich weist der UK-Markt, wo das Programm zu 36 % verkauft ist, mit einem Plus der Buchungen um 9 % und der Durchschnittspreise um +22 % gegenüber dem Winter 2018/19 die höchsten Buchungseingänge auf. Die Kanaren, Mexiko, Ägypten und die Kapverden werden im kommenden Winter voraussichtlich einen bedeutenden Teil unseres Urlaubsangebots ausmachen. Das Programm für das 1. Quartal, mit einem Mix aus Spätsommer und Frühwinter, ist zu 54 % verkauft, verglichen mit einem Buchungsstand von rund 60 % in einem normalisierten Jahr. Wie bereits im Sommer verzeichnen wir auch für den Winter erneut einen Trend zu einem höheren Anteil an kurzfristigen Buchungen und einer starken Preisentwicklung, die die solide Kundennachfrage nach Urlaubsreisen bestätigt.

Im Segment Hotels & Resorts waren Ende August 350 Hotels in wichtigen Destinationen wie den Kanaren, den Balearen, Griechenland und der Türkei in Betrieb, sowohl für unsere Märkte & Airlines-Gäste als auch für Drittkunden. Im 4. Quartal verzeichnet Hotels & Resorts weiterhin eine starke Geschäftsentwicklung. Die Auslastung lag in den Monaten Juli und August weitgehend auf dem Vor-Pandemie-Niveau, während die Durchschnittspreise dieses übertrafen. Auch hier zeigt sich die Stärke unseres integrierten Geschäftsmodells und unsere Vertriebsstärke. Für Winter 2022/23 gehen wir davon aus, dass die starke Nachfrage nach Ganzjahresdestinationen wie den Kanaren und der Karibik anhalten wird und wir eine hohe Auslastung und hohe Durchschnittspreise erzielen können. Allerdings erwarten wir auch eine Fortsetzung des kurzfristigen Buchungsverhaltens.

Mein Schiff und Hapag-Lloyd Cruises betreiben zur Zeit ihre komplette Flotte von zwölf Schiffen und bieten Routen im Mittelmeer, in Nordeuropa sowie rund um die Welt an. Asien-Routen werden im Winter 2022/23 wieder aufgenommen. Marella betreibt mit ihrer Flotte aus vier Schiffen aktuell Routen im Mittelmeer. Im Winter 2022/23 werden ein Schiff rund um die Kanaren und drei Schiffe in der Karibik kreuzen. Das Segment Kreuzfahrten setzt im 4. Quartal seine Erholung fort wobei die Auslastung stark zunimmt und die Raten dem Niveau von 2019 entsprechen. Wir verzeichnen weiterhin eine starke Nachfrage nach unseren einzigartigen Kreuzfahrtmarken, die Kunden in dem aktuellen inflationären Umfeld ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten. Kurzfristige Buchungen machen weiterhin einen großen Teil der Gesamtbuchungen aus, mit der zunehmenden Kundenzuversicht wächst jedoch der Anteil an mittelfristigen Buchungen.

TUI Musement, unserem Geschäft mit Touren und Aktivitäten, weist für das 4. Quartal weiterhin ein höheres Wachstum als unsere angenommenen Kapazitäten in unserem Bereich Märkte & Airlines auf. Das Geschäft profitiert von unserem erweiterten Produktangebot für Reisen in internationale Städte sowie vom Verkauf von Badeurlaubszielen durch Dritte. Darüber hinaus sind die Rahmenbedingungen für Reisen mittlerweile annähernd auf dem Vor-Pandemie-Niveau. Im laufenden Jahr<sup>2</sup> haben wir kumuliert bereits 6,3 Mio. Touren und Aktivitäten im Vergleich zu 1,2 Mio. im entsprechenden Vorjahreszeitraum verkauft.

<sup>1</sup> Stand: 11. September 2022, auf Basis konstanter Wechselkurse. Die Kennzahlen umfassen sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten

<sup>2</sup> Stand: 7. September 2022

## Nachhaltigkeit (ESG)

Update zu unseren Initiativen im Bereich ESG: Als weltweit erstes Touristikunternehmen wenden wir die Kriterien des Global Sustainable Tourism Council (GSTC) auf unser Erlebnis-Portfolio an, um die Nachhaltigkeitsleistung einzelner Touren und Aktivitäten zu beurteilen. Nach einer dreijährigen Entwicklungs- und Testphase, haben wir ein internes Rahmenwerk für die Anwendung der GSTC-Kriterien auf individuelle Touren- und Aktivitätenproduktlinien erarbeitet. Dieser zukunftsweisende Ansatz von TUI Musement wurde vor Kurzem für die Einhaltung der GSTC-Standards zertifiziert und erhielt die höchste bislang im Bereich Nachhaltigkeit bestehende Qualitätsauszeichnung.

Über 180 Erlebnisse wurden diesem umfassenden Verfahren zur Einhaltung globaler Nachhaltigkeitsstandards in Destinationen wie Mallorca, den Kanaren, der Türkei, der Dominikanischen Republik und Kroatien unterzogen. Unsere Zielsetzung ist es sicherzustellen, dass sämtliche Erlebnisse der TUI Collection bis 2023 globalen Nachhaltigkeitsstandards entsprechen. Dabei handelt es sich um eines der größten Eigenmarken-Portfolios in der Reisebranche, das in mehr als 100 Destinationen verfügbar ist. Darüber hinaus haben wir ein neues „Green and Fair“-Label auf unserer Buchungswebsite für Ausflüge eingeführt, um Kunden die Auswahl der nach GSTC-Kriterien zertifizierten Touren und Aktivitäten zu erleichtern.

Wir befinden uns aktuell in einem fortgeschrittenen Dialog mit dem GSTC über die Weiterentwicklung dieses Programms und dessen weitreichende Bereitstellung, damit auch andere Anbieter von unserer zukunftsweisenden Arbeit profitieren können. Dadurch könnten diese ebenfalls die Nachhaltigkeitsleistung einzelner Urlaubserlebnisse anhand globaler Kriterien beurteilen. Bei erfolgreichem Einsatz, kann dies eine branchenweite Verbesserung der Nachhaltigkeitsstandards und nachhaltigere Kundenentscheidungen ermöglichen.

## Kontakt für Analysten & Investoren

Nicola Gehrt, Director, Head of Group Investor Relations

Tel.: +49 (0) 511 566 1435

Adrian Bell, Senior Investor Relations Manager

Tel.: +49 (0) 511 566 2332

James Trimble, Investor Relations Manager

Tel.: +44 (0) 1582 315 293

Stefan Keese, Investor Relations Manager

Tel.: +49 (0) 511 566 1387

Anika Heske, Junior Investor Relations Manager

Tel.: +49 (0) 511 566 1425

## Vorbehalt bei zukunftsgerichteten Aussagen

Diese Mitteilung enthält Aussagen, die die künftige Entwicklung der TUI Group und der TUI AG betreffen. Diese Aussagen beruhen auf Annahmen und Schätzungen. Obwohl wir davon überzeugt sind, dass diese zukunftsgerichteten Aussagen realistisch sind, können wir hierfür nicht garantieren, da unsere Annahmen mit Risiken und Ungewissheiten verbunden sind, die dazu führen könnten, dass die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den erwarteten abweichen. Gründe hierfür können unter anderem Marktschwankungen, die Entwicklung der Weltmarktpreise für Rohstoffe und die Entwicklung der Wechselkurse oder grundlegende Veränderungen des wirtschaftlichen Umfelds sein. Es ist weder beabsichtigt, noch übernimmt TUI eine gesonderte Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen zu aktualisieren, um sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieser Mitteilung anzupassen.