

TUI Group im 1. Quartal 2022: Umsatz verfünffacht, saisonaler Quartalsverlust deutlich verringert, operatives Ergebnis Hotels & Resorts erneut positiv / Liquidität auch im Winterquartal hoch / Rückgabe von rund 0,7 Milliarden Euro an Staatshilfen zum 1. April / Nach der Transformation wieder Wachstum im Fokus / Ausblick Sommer 2022: stark anziehende Buchungsdynamik

- **Umsatz im 1. Quartal 2022 mit 2,37 Milliarden Euro verfünffacht gegenüber Vorjahr (1. Quartal 2021: 468 Millionen Euro)**
- **Saisonal üblicher Verlust deutlich verringert: bereinigtes EBIT -274 Millionen Euro (Vorjahr: -676 Millionen Euro)**
- **TUI Hotel-Ergebnis 61 Millionen Euro: zweites positives Quartalsergebnis in der Pandemie (1. Quartal 2021: -96 Millionen Euro)**
- **2,3 Millionen Gäste reisten im Berichtszeitraum mit der TUI – mehr als vier Mal so viele Gäste wie im Vergleichs Quartal des Vorjahres (Vorjahr: 0,5 Millionen)**
- **Liquidität mit 3,3 Milliarden Euro auch im Winter-Quartal hoch**
- **Starke Buchungsdynamik über alle Märkte mit Neubuchungszahlen für den Sommer 2022 inzwischen über Vorkrisenniveau**
- **TUI Vorstandsvorsitzender Fritz Jousen: „Wir erwarten einen starken Sommer 2022. Der Weg aus der Pandemie zeichnet sich immer klarer ab. Die Nachfrage nach Reisen ist über alle Märkte hoch. TUI hat die Zeit zur Transformation genutzt: wir sind heute schlanker und effizienter und werden profitabler als vor der Krise. Auf dieser Basis werden wir die Rückführung der staatlich gewährten Hilfen und die Ausrichtung auf neues Wachstum vorantreiben.“**

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

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

Hannover, 8. Februar 2022. Mehr als vier Mal so viele Gäste wie im Zeitraum des Vorjahres sind im ersten Quartal 2022 mit TUI verreist. Der Umsatz lag fünf Mal höher als im Zeitraum des Vorjahres. Das erste Quartal des Geschäftsjahres 2022 weist auch für den TUI Konzern den nächsten Schritt aus der Pandemie. Der Markt ist intakt, die Nachfrage ist da. Die TUI Marke und die TUI Hotels genießen auch in einem schwierigen Pandemie-Umfeld hohes Vertrauen. Die Rahmenbedingungen für den Tourismus haben sich inzwischen deutlich verbessert, die Maßnahmen der Regierungen werden planbarer und verlässlicher und die Aufhebung umfassender Einschränkungen hat in einigen Märkten begonnen oder ist absehbar.

Vorreiter sind das Vereinigte Königreich und Dänemark. Dazu zeigt sich, Reisen hat für die Menschen einen hohen Stellenwert.

Winter 2022 - Umsatz und Ergebnis des ersten Quartals

Das fortlaufende touristische Geschäft und die konsequente Umsetzung der eingeleiteten Neuausrichtung haben den saisonal üblichen Verlust im 1. Geschäftsquartal auf -274 Millionen Euro deutlich reduziert (Vorjahr: -676 Millionen Euro). Gleichzeitig wurde der Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum verfünffacht und erreichte 2,37 Milliarden Euro, nach 468 Millionen Euro im ersten Quartal 2021.

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

Das Segment Hotels & Resort verzeichnete in den Monaten Oktober bis Dezember 2021 mit 61 Millionen Euro das zweite positive operative Ergebnis (bereinigtes EBIT) seit Beginn der Pandemie (Vorjahr: -96 Millionen Euro). Die durchschnittlich erzielte Zimmerrate stieg gegenüber dem Vorjahr um 12 Euro auf 72 Euro.

Im Bereich Kreuzfahrten waren im Berichtszeitraum 14 der 16 Schiffe im Dienst (Vorjahr: 5 von 15). Dadurch vervierfachten sich die Passagiertage auf 1,0 Millionen. Das bereinigte EBIT des Segment verbesserte sich auf -32 Millionen Euro (Vorjahr: -98 Millionen Euro). TUI Musement verringerte ebenfalls den saisonalen Quartalsverlust, das bereinigte EBIT lag bei -13 Millionen Euro (Vorjahr: -33 Millionen Euro). Die Anzahl der verkauften Touren, Ausflüge und Aktivitäten vervielfachte sich auf insgesamt 1,1 Millionen. Die Zahl der Transfers verdreifachte sich fast auf 3,3 Millionen.

Für den Winter 2021/22 hat die TUI avisiert, den unteren bis mittleren Korridor von 60 bis 80 Prozent der Kapazitäten von vor der Pandemie zu erreichen. Bislang reisten im ersten Winterquartal rund 2,3 Millionen Gäste mit der TUI. Die erzielten Durchschnittspreise liegen mit +15 Prozent deutlich höher als im Reisewinter 2018/19.

Starke Liquiditätsposition

Durch das anziehende touristische Geschäft sowie die konsequente Umsetzung der Transformation und Neuausrichtung des Konzerns, behält die TUI auch im branchentypisch schwächeren Winterquartal eine hohe Liquiditätsposition. Zum 4.

Februar 2022 verfügte die TUI über Finanzmittel in Höhe von 3,3 Milliarden Euro. Mit der erfolgreichen zweiten Kapitalerhöhung in Höhe von 1,1 Milliarden Euro verbesserte sich das Eigenkapital der TUI AG¹ von 3,0 Milliarden Euro auf pro Forma über 4 Milliarden Euro. Darüber hinaus ist das Eigenkapital des TUI Konzerns mit 0,4 Milliarden Euro ebenfalls positiv.

Alle Maßnahmen für Effizienzprogramm implementiert – Einsparziel wird 2022 zu rund 90 Prozent erreicht

Die Zeit der Pandemie wurde zur Transformation der TUI genutzt. Alle Maßnahmen des 2020 eingeleiteten Effizienzprogramms sind bereits implementiert. Im Geschäftsjahr 2022 werden schon rund 90 Prozent des Kostensenkungsziels ergebniswirksam. Das Programm sieht vor, dass ab dem Jahr 2023 jährlich 400 Millionen Euro eingespart werden.

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

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

Rückgabe von rund 0,7 Milliarden Euro Staatshilfen

Im Frühjahr (1. April 2022) plant der Konzern in einem ersten Schritt die Rückgabe von rund 0,7 Milliarden Euro an Staatshilfen.

Buchungsentwicklung Sommer 2022: sehr hohe Nachfrage nach

Urlaubsreisen - Urlauber geben mehr Geld für Reisen aus:

Durchschnittspreise +22 Prozent (Sommer) und +15 Prozent (Winter)

Wir sehen für den Sommer 2022 eine sehr starke Buchungsdynamik. Nur Ende November und im Dezember gab es einen kurzfristigen Dämpfer aufgrund der damals noch nicht abschließend erforschten Omikron-Variante. Aktuell ist weiter ein Trend zu kurzfristigen Buchungen spürbar, aber das Vertrauen auf Fortschritte bei der Beendigung der Pandemie steigt und die Urlaubsbuchungen ziehen deutlich an.

Zum 30. Januar hatten gut 3,5 Millionen TUI Kunden eine Reise für den Sommer 2022 gebucht. Das entspricht rund 72 Prozent des Niveaus vom Sommer 2019 zum

¹ nach HGB und auf Basis 30. September 2021

gleichen Zeitraum. Die Neubuchungen liegen aber inzwischen über 100 Prozent des Niveaus vom Sommer 2019. Der Konzern rechnet daher damit, dass der Sommer 2022 in etwa das Vorkrisenniveau erreichen wird.

Die Menschen buchen wie bereits im Vorjahr höherwertiger und planen ein höheres Budget für ihren Sommerurlaub ein. Die Durchschnittspreise liegen mit +22 Prozent weiter über dem Vorjahr. Die Gründe dafür sind vor allem die vermehrte Nachfrage nach Pauschalreisen sowie nach höherwertigen Angeboten und mehr Zusatzleistungen, beispielsweise Upgrades bei der Hotel- oder Zimmerkategorie. Fritz Jousen, Vorstandsvorsitzender TUI Group: „Wir erwarten einen starken Sommer 2022. Es gibt einen Nachholbedarf bei den Kunden. Das sehen wir in allen europäischen Quellmärkten. Die beiden letzten Geschäftsquartale haben gezeigt, dass der Konzern sich immer weiter stabilisiert. Jeder Schritt in Richtung Normalität gibt den Menschen Vertrauen, die Nachfrage nach Urlaubsreisen steigt unmittelbar an. Trotz des noch anhaltenden Trends zu sehr kurzfristigen Buchungen, sehen wir die starke Nachfrage für den bevorstehenden Sommer 2022.“

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 ein weltweit führender Touristikonzern 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 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 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 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