

Starker Reise-Sommer für die TUI Group: TUI erwartet weiter Rückkehr zu signifikant positivem bereinigtem EBIT im Gesamtjahr - Erstmals in der Pandemie annähernd ausgeglichenes Quartalsergebnis bereits im 3. Quartal 2022 – Segment Holiday Experiences und Region Zentral mit positiven Ergebnissen – Durchschnittspreise rund ein Fünftel über dem Vor-Corona-Niveau

- **TUI erreicht trotz 75 Millionen Euro zusätzlicher Kosten für Unterbrechungen im Flugverkehr im 3. Quartal 2022 nahezu Breakeven – ohne Zusatzkosten klar in der Gewinnzone: bereinigtes EBIT 48 Millionen Euro (mit Aufwendungen für Zusatzkosten -27 Millionen Euro)**
- **Wachstumssegment Holiday Experiences mit deutlich positivem bereinigtem EBIT von 122 Millionen Euro (Vorjahr: -186 Millionen Euro): Kreuzfahrten und TUI Musement erstmals seit Pandemiebeginn mit positiven Quartalsergebnissen, Hotels & Resorts schon das vierte Quartal in Folge positiv**
- **5,1 Millionen Gäste reisten im Berichtszeitraum mit der TUI – Umsatz im 3. Quartal mit 4,43 Milliarden Euro nahezu versiebenfacht (Vorjahr: 650 Millionen Euro)**
- **90 Prozent des Buchungsniveaus vom Sommer 2019 erreicht – Konzern bestätigt Erwartung der Rückkehr zu signifikant positivem EBIT im Gesamtjahr 2022**
- **Free Cashflow steigt auf 1,2 Milliarden Euro, staatliche Kreditlinien weiter reduziert, Nettoverschuldung sinkt auf 3,3 Milliarden Euro**
- **Finanzvorstand und designierter CEO Sebastian Ebel: „Unser Geschäft hat sich im dritten Quartal gut entwickelt - trotz der operativen Herausforderungen für den europäischen Tourismussektor. Das zeigt die Robustheit unseres integrierten Geschäftsmodells, die Stärke der Marke TUI und die unverändert hohe Nachfrage nach Urlaubsreisen. Wir setzen alles daran, unseren Gästen auch in schwierigem Umfeld die hohen TUI Standards bei Qualität und Service zu bieten. Wir erwarten weiterhin einen starken Reise-Sommer 2022 mit Kapazitäten nahezu auf dem Vor-Krisen-Niveau und einem signifikant positiven bereinigtem EBIT im Gesamtjahr.“**

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

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

Hannover, 10. August 2022. Nach neun Monaten des Geschäftsjahres erwartet TUI weiter ein signifikant positives bereinigtes EBIT für 2022. Das bekräftigten TUI Vorstandsvorsitzender Fritz Jousen und sein Nachfolger, der heutige Finanzvorstand Sebastian Ebel, bei der Vorstellung der Zahlen zum dritten Quartal. „Die Zahlen nach neun Monaten bestätigen die Trends und unsere Erwartungen für 2022. Wir erleben einen starken Reise-Sommer. TUI ist gesichert sowie wirtschaftlich und operativ zurück auf Kurs, wenn ich am 30. September den Vorstandsvorsitz an Sebastian Ebel übergebe. Alle in den letzten Jahren ausgebauten Wachstumsfelder sind nach Corona zurück in der Gewinnspur: Hotels, Kreuzfahrten und das Feld Touren und Aktivitäten mit unserer Digitaltochter TUI Musement. TUI war vor Corona stark aufgestellt und profitabel und wird es nach dieser Jahrhundertkrise wieder sein. Ich danke unseren Kunden für das Vertrauen in schwieriger Zeit und unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für den enormen Einsatz. Nach zwei Jahren Krisen-Management, können sie sich jetzt wieder auf Wachstum konzentrieren. Sebastian Ebel kennt das Unternehmen und die Industrie. Bei ihm ist TUI in besten Händen, wenn es um neues Wachstum geht und bei der Bewältigung der Corona-Folgen“, sagte Fritz Jousen. Ein weiterhin starker Reise-Sommer 2022 mit unverändert hoher Nachfrage nach Urlaubsreisen hat dem TUI Konzern ein stark verbessertes 3. Geschäftsquartal 2022 mit einem nahezu ausgeglichenen Ergebnis gesichert. Das Kernsegment Holiday Experiences mit Hotels, Kreuzfahrten und Aktivitäten sowie die Region mit den Reiseveranstaltern in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Polen kehrten im Berichtszeitraum in die operative Gewinnzone zurück. Ohne außerplanmäßige Zusatzkosten aufgrund von Unregelmäßigkeiten im europäischen Flugverkehr hat der Konzern erstmals seit Beginn der Pandemie ein positives operatives Quartalsergebnis erzielt (48 Millionen Euro).

Sebastian Ebel, Finanzvorstand und designierter CEO der TUI Group: „Die Menschen wollen reisen. Der Urlaub steht bei den geplanten Ausgaben weiterhin an erster Stelle – daran hat sich nichts geändert. Obwohl der gesamte europäische Flugsektor weiter mit Herausforderungen zu kämpfen hat, haben wir unser Geschäft mit deutlich steigender Nachfrage erfolgreich hochgefahren und ein gutes drittes Geschäftsquartal erzielt. Das zeigt einmal mehr: Unser integriertes Geschäftsmodell ist robust. TUI ist eine starke Marke, der die Urlauber und unsere Partner in den Destinationen vertrauen. Die operativen Herausforderungen beim Restart gehen wir konsequent an. Wir wollen unseren Gästen die gewohnt hohen TUI Standards bei Qualität und Service bieten. Die Themen Qualität und Kunden-Erlebnis stehen deshalb ganz oben auf meiner Agenda. Dazu werde ich intensiv in den Austausch gehen, mit den Destinationen, dem Reisevertrieb, aber auch Systempartnern wie Flughäfen und Airlines. Der Reise-Sommer der TUI wird stark, mit Kapazitäten nahezu auf dem Vor-Krisen Niveau 2019. Wir erwarten ein signifikant positives bereinigtes EBIT für das Gesamtjahr.“

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

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

Ausblick: Reise-Sommer 2022 nahezu auf Buchungsniveau des Sommers 2019 erwartet – Durchschnittspreise deutlich über 2019

Die Buchungsdynamik ist weiterhin ermutigend. Im Berichtszeitraum reisten 5,1 Millionen Gäste mit der TUI. Für den Sommer 2022 zählt die TUI aktuell bereits 11,5 Millionen Kunden. Konzernweit liegen die Buchungen bei 90 Prozent des Niveaus vom Sommer 2019. Für die Monate Juli und August steigt dieser Wert nochmal an, die Buchungen für diesen Zeitraum liegen derzeit bei 93 Prozent des Vor-Krisen-Niveaus. Insbesondere bei der TUI Deutschland sind die Buchungen seit dem letzten Update im Mai um rund 20 Prozent gegenüber dem vergleichbaren Buchungsstand für den Sommer 2019 geklettert.

Die TUI bekräftigt die Erwartung, im Sommer 2022 nahezu das Buchungsniveau des Sommers 2019 zu erreichen. Die beiden zuvor schon beobachteten Trends bleiben intakt: Urlauber buchen weiterhin eher kurzfristig und geben gleichzeitig mehr Geld für ihre Reise aus. Die Durchschnittspreise sind für Sommer 2022 mit +18 Prozent auf sehr hohem Niveau: Urlauber buchen mehr Pauschalreisen und höherwertige Leistungen wie Zimmerupgrades und längere Aufenthalte.

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

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

Ergebnisse 3. Quartal 2022: bereinigtes Konzern-EBIT ohne Zusatzkosten erstmals profitabel

Im Berichtszeitraum April bis Juni 2022 lag die Gästezahl im Vergleich zu 2019 bei 84 Prozent, der Umsatz verbesserte sich auf 4,43 Milliarden Euro – fast sieben Mal mehr als im Vorjahreszeitraum (650 Millionen Euro). Das bereinigte EBIT erreichte -27 Millionen Euro – einschließlich 75 Millionen zusätzlicher Kosten, die durch die Unregelmäßigkeiten insbesondere im britischen Flugverkehr verursacht worden sind. Die TUI selbst hat 96 Prozent aller Gäste in den Monaten Mai und Juni pünktlich beziehungsweise mit weniger als drei Stunden Verspätung an ihren Urlaubsort gebracht – die etwa 200 Flugstreichungen in diesem Zeitraum beziehen sich vor allem auf Abflüge vom Flughafen Manchester und entsprechen weniger als ein Prozent des gesamten Sommerprogramms. Ohne diese Zusatzkosten läge das bereinigte Konzern-EBIT bei 48 Millionen Euro und wäre damit das erste profitable Quartal seit Beginn der Pandemie.

Das Kernsegment **Holiday Experiences** mit Hotels & Resorts, Kreuzfahrten und den Aktivitäten von TUI Musement ist erstmals seit Beginn der Pandemie positiv: Das bereinigte EBIT des Bereichs erreichte im Berichtszeitraum 122 Millionen Euro (3. Quartal 2021: -186 Millionen Euro). Das Segment **Hotels & Resorts** setzte seine erfolgreiche Entwicklung fort und verbuchte das vierte Geschäftsquartal in Folge ein positives Ergebnis. In den Monaten April bis Juni 2022 lag das bereinigte EBIT bei 105 Millionen Euro (Vorjahr: -70 Millionen Euro) und damit auch 12 Millionen Euro über dem guten Jahr 2019. Der durchschnittlich erzielte Umsatz pro Bett und Nacht stieg gegenüber dem Vorjahr um 4 Prozent auf 73 Euro, die Kapazitätsauslastung verbesserte sich um ganze 29 Prozentpunkte auf 74 Prozent.

Für den Bereich **Kreuzfahrten** hatte der Konzern eine Erholung in der zweiten Kalender-Jahreshälfte avisiert. Im Berichtszeitraum erreichte das Segment nun bereits früher als erwartet wieder ein positives operatives Ergebnis. Alle 16 Schiffe der drei Flotten von TUI Cruises, Hapag-Lloyd Cruises und Marella Cruises waren im Dienst, die Auslastung der Schiffe lag zwischen 57 und 70 Prozent. Der Trend zu späteren und kurzfristigeren Buchungen hält auch hier weiter an. Das bereinigte EBIT des Segments Kreuzfahrten lag im Berichtszeitraum bei 3 Millionen Euro (3. Quartal 2021: -81 Millionen Euro).

Das Wachstumssegment **TUI Musement** mit Touren und Aktivitäten profitierte im 3. Quartal weiter von hoher Digitalisierung und dem immer breiter aufgestellten Angebot. Im Berichtszeitraum wurden zwei Millionen Ausflüge, Touren und Aktivitäten verkauft – fast zehn Mal so viel wie im selben Zeitraum des Vorjahres. Die Zahl der Transfers wurde mehr als verfünffacht auf 7,2 Millionen. Erstmals seit Beginn der Pandemie verbuchte TUI Musement ein positives operatives Ergebnis: das bereinigte EBIT lag bei 14 Millionen Euro (3. Quartal 2021: -35 Millionen Euro). TUI Musement ist auf gutem Wege, die führende globale Plattform für Ausflüge, Touren und Aktivitäten zu werden – in diesem Zuge werden insbesondere exklusive Angebote wie die „TUI Collection“ konsequent ausgebaut. TUI Musement wurde 2018 nach dem Zukauf des italienischen Technologie Start-ups Musement als neues Geschäfts- und Wachstumsfeld entwickelt und seitdem konsequent ausgebaut.

Das Segment **Markets & Airlines** mit den TUI-Reiseveranstaltern in den Regionen Nord (UK, Irland, Schweden, Norwegen, Finnland, Dänemark), Zentral (Deutschland, Österreich, Schweiz, Polen) und West (Niederlande, Belgien und Frankreich) verbuchte über alle Märkte eine starke Geschäftsentwicklung. Insgesamt verbesserte sich das Ergebnis des Segments Markets & Airlines gegenüber dem Vorjahr um 343 Millionen Euro auf -139 Millionen Euro. Die Region Zentral konnte erstmals wieder ein positives Quartal abschließen, das bereinigte EBIT erreichte 24 Millionen Euro (Vorjahr -105 Millionen Euro). Die Region Nord reduzierte den Verlust auf -93 Millionen Euro (Vorjahr: -290 Millionen Euro) und die Region West verbuchte ein bereinigtes EBIT von -70 Millionen Euro (Vorjahr: -88 Millionen Euro).

Kurz- und mittelfristige strategische Prioritäten nach Corona

Ein strategischer Fokus der TUI liegt weiterhin auf einem disziplinierten Cash- und Kostenmanagement. Darüber hinaus sollen Chancen zur weiteren Refinanzierung genutzt werden, um die Corona-Schulden sowie das Engagement des deutschen Staats weiter zu reduzieren. Ziel ist, zu einer soliden Bilanz zurückzukehren mit einem Brutto-Leverage Ratio von unter 3,0x. Mittelfristig erwartet der Konzern einen deutlichen Anstieg des bereinigten EBIT gegenüber den Ergebnissen des Geschäftsjahres 2019, getrieben durch Umsatzwachstum und die Vorteile aus dem in der Pandemie eingeleiteten Effizienzprogramms.

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 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 27 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
Corporate Communications
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