

TUI Group

FY24 Q3 Finanzkennzahlen, Trading Update & Ausblick

Überblick

TUI liefert erneut ein Rekordquartal mit einem Q3-Umsatz von 5,8 Mrd. € sowie einer deutlichen Verbesserung des bereinigten EBIT in allen Geschäftsbereichen um insgesamt 62,4 Mio. € auf 231,9 Mio. €¹. In den ersten neun Monaten 2024 verbesserte sich das bereinigte EBIT um 275,0 Mio. € auf einen Rekordwert von 49,2 Mio. €¹. Vor diesem Hintergrund bestätigen wir unsere Prognose für das Geschäftsjahr 2024, ein Wachstum von mindestens 25 % bei unserem bereinigten EBIT zu erzielen.

- Rekordumsatz im dritten Quartal und das achte Quartal in Folge mit zweistelligem bereinigtem EBIT-Wachstum¹, da wir die Transformation des Geschäfts fortsetzen und unser Versprechen einlösen, Quartal für Quartal profitabel zu wachsen.
- Der Konzernumsatz im Q3 2024 übertraf mit 5,8 Mrd. € den Vorjahreswert um 9 %, unterstützt durch höhere Volumina zu verbesserten Preisen und Raten (Q3: 2023: 5,3 Mrd. €). Dies unterstreicht erneut die robuste Kundennachfrage und die Attraktivität unseres Produktportfolios.
- Alle operativen Segmente trugen zu dieser deutlichen Verbesserung des bereinigten EBIT um 62,4 Mio. € auf 231,9 Mio. € bei:
 - Hotels & Resorts verzeichnete erneut ein Rekordergebnis¹ mit einem Anstieg des bereinigten EBIT um 16,3 %, was auf höhere Übernachtungszahlen, eine bessere Auslastung und höhere Raten bei unseren wichtigsten Marken zurückzuführen war.
 - Kreuzfahrten verbesserten das bereinigte EBIT um 42,7 % aufgrund einer höheren Auslastung und verbesserter Raten. Dies unterstreicht die starke Nachfrage nach diesem Produkt - und dies trotz der Stornierung oder Umleitung einiger TUI Cruises- und Marella-Routen, insbesondere zu Beginn des Quartals.
 - Bei TUI Musement verbesserte sich das bereinigte EBIT um 48,2 %, unterstützt durch höhere Volumina in der gesamten Produktpalette und begünstigt durch weiteres Wachstum des eigenen Erlebnisportfolios.
 - Märkte & Airlines konnte das bereinigte EBIT auf 16,5 Mio. € mehr als verdoppeln. Die Kundennachfrage blieb robust und führte zu höheren Volumina bei verbesserten Preisen, die die gestiegenen Inputkosten in den Regionen ausgleichen konnten.
- Im Berichtsquartal reisten insgesamt 5,8 Mio. Gäste mit TUI, dies ist ein Anstieg um 4 % gegenüber dem Vorjahr. Die durchschnittliche Flugauslastung stieg im Q3 2024 leicht um 1 Prozentpunkt auf 94 % gegenüber dem Vorjahreswert.
- Unsere Nettoverschuldung reduzierte sich zum 30. Juni 2024 im Jahresvergleich leicht um 42,1 Mio. € auf 2,1 Mrd. € (30. Juni 2023: 2,2 Mrd. €). Diese Verbesserung war im Wesentlichen auf einen positiven Free Cash Flow zurückzuführen.
- Im Juli haben wir mit der erfolgreichen Platzierung einer nicht-nachrangigen unbesicherten Wandelanleihe mit Fälligkeit 2031 in Höhe von 487 Mio. € den letzten Schritt zum Abschluss unserer Refinanzierung vollzogen. Die Mittel wurden für den Rückkauf von 472 Mio. € der bestehenden Wandelanleihe verwendet. Damit verbunden ist auch der abschließende Schritt zur vollständigen Refinanzierung der KfW-Kreditlinie, die von derzeit 550 Mio. € auf 214 Mio. € per Ende Juli reduziert wurde, wobei der Restbetrag in der ersten Hälfte des Kalenderjahres 2025 zurückgegeben werden soll. Gleichzeitig konnten wir das Fälligkeitsprofil verlängern und werden unsere Zinskosten weiter deutlich senken.

¹ Seit dem Merger der TUI AG mit TUI Travel PLC in 2014.

- Die Buchungen im Bereich Märkte & Airlines² haben seit unserer letzten Quartalsveröffentlichung im Mai 2024 weiter angezogen, unterstützt durch eine beschleunigte Dynamik in den letzten Wochen bei robusten Preisen. Das Programm ist zu 88 % verkauft, die Buchungen liegen mit 6 % und die Preise mit + 3 % im Plus im Vergleich zum Vorjahresstand. Die ersten Trends für die Wintersaison 2024/25 in unseren Märkten sind vielversprechend.
- Das Geschäft mit Urlaubserlebnissen³ ist weiterhin auf einem guten Weg, die Erwartungen zu erfüllen und profitiert von einer stärkeren Nachfrage in diesem Segment.
- Das Hedging-Volumen für die bevorstehenden Sommer- und Wintersaisons liegt weiterhin im Rahmen unserer Sicherungspolitik.

Aktuelle Buchungslage Märkte & Airlines⁴ – Buchungsstand für Sommer 2024 verbessert dank beschleunigter Dynamik in den letzten Wochen und robuster Preise – Erste Trends bei Winter-Buchungen 2024/25 vielversprechend

Sommerprogramm 2024 vs. Sommer 2023

Veränderung in %	
Buchungen	+ 6
Durchschnittspreise	+ 3

- Die Buchungen für das Sommerprogramm 2024⁵ haben sich aufgrund einer stärkeren Buchungsdynamik in den letzten Wochen gut entwickelt. Bislang sind 88 % des Programms verkauft. Dies entspricht einem leichten Anstieg gegenüber dem vergleichbaren Vorjahresstand von 87 % für den Sommer 2023.
- Bislang liegen insgesamt 13,3 Mio. Buchungen für die Saison vor, ein Zuwachs um + 4,3 Mio. Buchungen gegenüber unserer letzten Quartalsveröffentlichung im Mai 2024. Infolgedessen liegt der Anstieg der Gästeanzahl mit + 6 % über dem im Mai veröffentlichten Wert von + 5 % gegenüber dem vergleichbaren Buchungsstand im Vorjahr.
- Der Durchschnittspreis ist mit einem Anstieg um + 3 % im Vergleich zu + 4 % in unserer Mai-Veröffentlichung weiterhin höher als im Vorjahr. Dieser Anstieg trägt zur Deckung der inflationsbedingt und konzernweit gestiegenen Kosten bei.
- Wir verzeichnen eine stärkere Nachfrage für alle unsere Kurz- und Mittelstreckenziele, wobei Spanien, Griechenland und die Türkei erneut besonders nachgefragt werden.
- Das Sommerprogramm in UK ist zu 90 % verkauft, die Buchungen liegen um + 5 % im Plus. In Deutschland haben wir umgehend auf die Insolvenz von FTI reagiert und unsere Kapazität für das Sommerprogramm 2024 in wichtigen Destinationen wie der Türkei, Griechenland, den Balearen, den Kanaren und Ägypten erweitert. Das Programm ist zu 88 % verkauft, die Buchungen liegen mit 10 % deutlich im Plus.

² Buchungsstand vom 4. August 2024. Eingeschlossen sind sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten sowie Buchungsanpassungen und Umbuchungen aus Gutscheinen.

³ Buchungszahlen für das Geschäftsjahr 2024 (ohne Blue Diamond im Segment Hotels & Resorts) im Vergleich zu den Buchungszahlen für das Geschäftsjahr 2023. Stand 4. August 2024

⁴ Buchungsstand vom 4. August 2024. Eingeschlossen sind sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten sowie Buchungsanpassungen und Umbuchungen aus Gutscheinen.

⁵ Je nach Quellmarkt beginnt die Sommersaison im April oder Mai und endet im September, Oktober oder November.

Erster Blick auf die Wintersaison 2024/25

Die Buchungen befinden sich aktuell noch in einem frühen Stadium. Der Saisonstart in den Winter 2024/25 in unseren Quellmärkten verlief vielversprechend.

- Wie üblich ist der Verkauf des Programms in UK und damit für einen der wichtigsten Märkte mit einem Wert von 32 % am weitesten fortgeschritten. Die Buchungen liegen auf dem hohen Niveau der vorherigen Wintersaison. Auch die anderen Quellmärkte verzeichneten einen vielversprechenden Start, die Buchungen liegen bei einem robusten Preisniveau über den Vorjahreswerten.
- Wie gewohnt planen wir in unserem Pre-Close Trading Update am 24. September 2024 detaillierter über die Buchungsentwicklung für den Winter 2024/25 zu informieren.

Buchungsupdate Urlaubserlebnisse⁶ – Buchungen sind weiterhin auf Kurs und entwickeln sich im Rahmen unserer Erwartungen

Buchungen für	Juli - September
Veränderung in % zum Vorjahr	
Hotels & Resorts	
Verfügbare Bettennächte	+ 1
Auslastung (Veränderung in %Pkt.)	+ 1
Durchschnittsrate pro Tag	+ 10
Kreuzfahrten	
Verfügbare Passagiertage	+ 11
Auslastung (Veränderung in %Pkt.)	+ 1
Durchschnittsrate pro Tag	+ 2
TUI Musement	
Verkaufte Erlebnisse	Anstieg im hohen einstelligen Bereich
Transfers	Entwicklung im Einklang mit dem Geschäft und den Kapazitäten von Märkte & Airlines

- Hotels & Resorts – Die Anzahl verfügbarer Betten pro Nacht⁷ für das Q4 liegt um + 1 % über dem Vorjahresniveau, im Wesentlichen bedingt durch im Vergleich zum Vorjahr geringere Hotelrenovierungen. Die gebuchte Auslastung⁸ liegt um + 1 Prozentpunkt höher, was die Nachfrage nach unserem Hotelportfolio unterstreicht. Die Durchschnittsraten⁹ liegen bei allen wichtigen Marken über dem Vorjahr mit einem Plus von insgesamt 10 % für das Q4. Voraussichtlich werden die Türkei, Griechenland und die Balearen die gefragtesten Destinationen sein.
- Kreuzfahrten – Nach der Indienststellung der Mein Schiff 7 im Juni planen unsere drei Marken in der Sommersaison die vollständige Flotte von 17 Schiffen einzusetzen. Durch das zusätzliche Schiff erwarten wir

⁶ Buchungszahlen für das Geschäftsjahr 2024 (ohne Blue Diamond im Segment Hotels & Resorts) im Vergleich zu den Buchungszahlen für das Geschäftsjahr 2023. Stand 4. August 2024.

⁷ Anzahl Öffnungstage multipliziert mit verfügbaren Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels.

⁸ Belegte Betten dividiert durch verfügbare Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Betten.

⁹ Umsatz aus Unterkunft und Verpflegung dividiert durch belegte Bettennächte der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels.

einen Anstieg der verfügbaren Passagiertage¹⁰ im Q4 um + 11 %. Die gebuchte Auslastung¹¹ liegt um + 1 Prozentpunkt im Plus und erreicht in unseren Geschäftsbereichen wieder ein normalisiertes Niveau. Diese Entwicklung belegt die starke Nachfrage in diesem Segment und die Attraktivität der angebotenen Produkte. Die Durchschnittsraten¹² für das Q4 liegen insgesamt um + 2 % über Vorjahresniveau. In der Sommersaison bietet das Segment eine breite Auswahl an Routen an. Die Mein Schiff-Flotte plant mit sieben Schiffen das Mittelmeer, Nordeuropa, die Ostsee und Nordamerika anzusteuern, während Hapag-Lloyd Cruises mit einer Flotte von fünf Schiffen Fahrten in Europa, Nordamerika, Asien sowie in die Arktis anbietet. Marella plant mit ihren fünf Schiffen Reisen im gesamten Mittelmeerraum.

- TUI Musement – Wir setzen die Expansion unseres Geschäfts mit Touren und Aktivitäten fort. Dabei bauen wir unser Angebot an B2C-Erlebnissen sowie unser B2B-Geschäft mit Partnern aus und erwarten einen Anstieg der Anzahl von Transfers und verkauften Erlebnissen, unterstützt durch unser Geschäft im Bereich Märkte & Airlines. Wir erwarten, dass die Buchungen für unser Geschäft mit Erlebnissen, das Exkursionen, Aktivitäten und Tickets umfasst, im Q4 voraussichtlich um einen hohen einstelligen Prozentsatz wachsen wird. Für unser Geschäft mit Transfers und Services in den Destinationen erwarten wir eine Entwicklung im Einklang mit unseren geplanten Kapazitäten im Bereich Märkte & Airlines.

Prognose für das Geschäftsjahr 2024¹³

Unser Schwerpunkt liegt auf operativer Exzellenz und Umsetzung der Strategie sowie auf der weiteren Transformation. Unsere Strategie, die starke operative Erholung und die Maßnahmen zur Optimierung unserer Bilanzstrukturen sollen die Grundlage für künftiges profitables Wachstum bilden. Unser Ausblick für das Geschäftsjahr 2024 basiert auf dem bislang erzielten starken Anstieg des bereinigten EBIT um 296 Mio. €¹⁴, der durch eine deutliche Verbesserung in den Segmenten Hotels & Resorts und Kreuzfahrten sowie durch die Rückkehr zu unserer normalen Hedging-Politik im Bereich Märkte & Airlines unterstützt wurde. Vor diesem Hintergrund bekräftigen wir unsere Prognose für das Geschäftsjahr 2024, wie sie in unserem Geschäftsbericht 2023 veröffentlicht wurde:

- Wir erwarten einen Anstieg des Umsatzes von mindestens + 10 % gegenüber dem Vorjahr (Geschäftsjahr 2023: 20.666 Mio. €)
- Wir erwarten einen Anstieg des bereinigten EBIT von mindestens + 25 % gegenüber dem Vorjahr (Geschäftsjahr 2023: 977 Mio. €)

¹⁰ Anzahl Betriebstage multipliziert mit verfügbaren Betten

¹¹ Anzahl erreichter Passagiertage dividiert durch verfügbare Passagiertage.

¹² TUI Cruises: Ticketumsätze dividiert durch erreichte Passagiertage. Marella Cruises: Umsatz (Aufenthalt an Bord einschließlich integrationsbedingt inklusive aller Pauschalreiseelemente wie Transfers, Flug und Hotels) dividiert durch erreichte Passagiertage.

¹³ Basierend auf konstanten Wechselkursen und im Rahmen der bislang bekannten makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten, einschließlich Entwicklungen im Mittleren Osten.

¹⁴ Zu konstanten Wechselkursen.

Mittelfristige Ziele

Wir verfolgen eine klare Strategie zur Beschleunigung des profitablen Wachstums. Wir wollen den Customer Lifetime Value erhöhen, unser Geschäft agiler und kosteneffizienter aufstellen und eine höhere Geschwindigkeit bei Markteinführungen erreichen, um so zusätzlichen Shareholder Value zu schaffen. Unsere mittelfristigen Zielsetzungen sind:

- Steigerung des bereinigten EBIT um eine jährliche durchschnittliche Wachstumsrate von ca. 7 bis 10 % (Compound Annual Growth Rate/CAGR)
- Netto-Leverage Ratio¹⁵ von stark unter 1.0x
- Rückkehr zu einem Kreditrating, das unserem Vor-Pandemie-Niveau im Bereich von BB/Ba (S&P/Moody's) entspricht

Nachhaltigkeit als Chance¹⁶

Unser Engagement für ein nachhaltig wirtschaftliches, ökologisches und soziales Vorgehen ist fest in unserer Unternehmenskultur verankert. Wir wollen als ein führender Konzern der Branche den Maßstab für Nachhaltigkeit in unserer Industrie setzen. Wir betrachten Nachhaltigkeitsinitiativen nicht nur als Kostenfaktor, sondern als Investitionen, die der Gesellschaft, der Umwelt und dem wirtschaftlichen Fortschritt zugutekommen. Wir bemühen uns kontinuierlich um die Reduzierung der relativen Emissionen und die Erfüllung unserer Nachhaltigkeitsziele. Aktuelle Meilensteine im Berichtszeitraum waren:

- Die Inbetriebnahme von drei unserer sechs geplanten Solarkraftwerke in der Türkei im Rahmen unserer Zielsetzung, Ökostrom im gesamten Unternehmen zu nutzen. Die drei kürzlich ans Netz angeschlossenen Photovoltaikanlagen haben eine Gesamtkapazität von rund 15 Megawatt.
- Alle TUI Gebäude in Deutschland nutzen nun ausschließlich erneuerbare Energien. Dazu gehört eine neue Photovoltaik-Anlage auf dem Dach unserer Zentrale in Hannover, die zur Ökostromversorgung des gesamten TUI Campus beiträgt, sowie weitere lokale Bürogebäude und Reisebüros, die mit Windstrom versorgt werden.
- Im Juni hat die Mein Schiff 7 ihre Jungfernfahrt absolviert. Das neueste Schiff der TUI Cruises-Flotte wird mit emissionsärmerem Marinediesel betrieben und verfügt über Katalysatoren zur erheblichen Reduzierung von Stickoxiden sowie über einen Landstromanschluss. Darüber hinaus ist die Mein Schiff 7 so konzipiert, dass sie perspektivisch mit grünem Methanol fahren kann. Dies sind wichtige Schritte auf dem Weg zur klimaneutralen Kreuzfahrt.
- Um der Verschmutzung der Meere durch Mikroplastik entgegenzuwirken, hat die britische Marella Cruises in Zusammenarbeit mit der Cleaner Seas Group einen sechsmonatigen Versuch an Bord der Marella Explorer gestartet, um Mikroplastik im Wäschesystem zu erfassen. Dieses Projekt wird von der Universität Surrey überwacht, ein ähnliches läuft bereits auf der Mein Schiff 3 bei TUI Cruises.
- Für die Umsetzung ihrer Nachhaltigkeitsstrategie wurde TUI im Mai mit dem Green Controlling Award 2023 ausgezeichnet. Die Auszeichnung hebt unseren umfassenden Controllingansatz zur Absicherung der ambitionierten Nachhaltigkeitsstrategie und der Erreichung der Science-Based Targets hervor. Dabei setzt TUI auf die Überwachung des Projektfortschritts sowie zuverlässig ermittelte Kennzahlen und sorgt dafür, dass die Ziele und Maßnahmen zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele nachprüfbar sind, eventuelle Hindernisse frühzeitig identifiziert und abgestimmte Timelines eingehalten werden.

¹⁵ Netto-Leverage Ratio definiert als Nettoverschuldung ((Finanzschulden plus Leasingverbindlichkeiten abzüglich Finanzmittel abzüglich sonstiger kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte) geteilt durch bereinigtes EBITDA).

¹⁶ Weitere Details zu unserer Sustainability Agenda findet sich in unserem Geschäftsbericht 2023 sowie auf unserer Website [Verantwortung \(tuigroup.com\)](https://www.tuigroup.com/verantwortung)

Update zu unseren strategischen Entwicklungen

Die im Geschäftsbericht 2023 erläuterte Strategie der TUI Group¹⁷ wird fortgeführt. Unser Ziel ist es, Wachstum in unserem globalen Touristikgeschäft durch Skaleneffekte zu erzielen. Gleichzeitig verfolgen wir ehrgeizige Rentabilitätsziele.

Im Berichtszeitraum haben wir insbesondere folgende Meilensteine im Rahmen unserer strategischen Transformation erreicht:

- Das Wachstum unseres Hotelportfolios wird durch eine starke Hotelpipeline vorangetrieben. Im Rahmen dieser Strategie hat Riu, eine der größten Hotelgruppen unseres Portfolios, ihr fünftes Stadthotel in den USA eröffnet, das Riu Plaza Chicago. Das Hotel, das sich in erster Lage befindet und 390 Zimmer bietet, wurde im Juli 2024 eröffnet. Weitere Riu Plaza Hotels sind für Toronto und New York geplant.
- Im Berichtsquartal haben wir unser erstes Hotel unserer neuen Marke „The Mora“, die auf das obere Marktsegment abzielt, auf Sansibar eröffnet. Die Marke ist führend im Bereich der digitalen Transformation in unserem Hotelsegment. Im Juni 2024 wurde die Mora App freigeschaltet, mit dem Ziel, ein erstklassiges digitales Gästelerlebnis zu schaffen. Sie bietet einen personalisierten Check-in-Prozess, der ein digitales Einchecken vor der Ankunft ermöglicht, sowie weitere Upselling-Services wie individuelle Zimmerausstattung, früheres oder späteres Auschecken und weitere Annehmlichkeiten.
- TUI Musement baut das Geschäft mit Touren und Aktivitäten weiter aus. Im Juli 2024 sind wir der bevorzugte Partner von lastminute.com geworden und stellen als präferierter Partner von Touren und Aktivitäten lastminute.com und einer Auswahl ihrer Marken, darunter Bravofly, Rumbo, Volagratis und Weg.de, eine neue Plattform mit Tausenden von Erlebnissen in Städtereise- und Stranddestinationen in über 100 Ländern auf der ganzen Welt zur Verfügung. Die Vermarktung über lastminute.com ist bereits angelaufen, während die Plattform für Bravofly, Rumbo, Volagratis und Weg.de im Laufe des Sommers in Betrieb gehen sollen. Zusätzlich zu den Online-Kanälen werden TUI und lastminute.com verschiedene Initiativen im Direktvertrieb prüfen, um die Nachfrage nach Erlebnissen weiter zu steigern.

¹⁷ Details zu unserer Strategie siehe Geschäftsbericht der TUI Group 2023 ab Seite 24.

Webast und Briefing für Investoren and Analysten

Eine Telefonkonferenz und ein Audio-Webcast für Investoren und Analysten finden heute um 9:00 Uhr BST (10:00 Uhr MESZ) statt.

Registrierung für die Telefonkonferenz:

[FY24 Q3/9M Results Call](#)

Um Wartezeiten zu vermeiden, wählen Sie sich bitte 15 Minuten vorher ein.

Die Quartalsmitteilung, die Präsentationsfolien sowie der Webcast FY24 Q3/9M (veröffentlicht am 14. August 2024) sind unter folgendem Link verfügbar: www.tuigroup.com/de-de/investoren

Finanzkalender

Trading Update Q4 2024

24. September 2024

Geschäftsbericht 2024

11. Dezember 2024

Analysten & Investoren Anfragen

Nicola Gehrt, Group Director Investor Relations

Tel: +49 (0) 511 566 1435

Adrian Bell, Senior Investor Relations Manager

Tel: +49 (0) 511 566 2332

Stefan Keese, Senior Investor Relations Manager

Tel: +49 (0) 511 566 1387

James Trimble, Investor Relations Manager

Tel: +44 (0) 1582 315 293

Anika Heske, Investor Relations Manager (Retail Investors & AGM)

Tel: +49 (0) 511 566 1425

TUI Group in Zahlen

	Q3 2024	Q3 2023 angepasst	Veränd. %	9M 2024	9M 2023 angepasst	Veränd. %	Veränd. % bei konstanten Wechselk ursen
Mio. €							
Umsatzerlöse	5.787,0	5.286,0	+ 9,5	13.739,5	12.189,4	+ 12,7	+ 11,9
Bereinigtes EBIT¹							
Hotels & Resorts	130,9	112,5	+ 16,3	339,0	262,2	+ 29,3	+ 33,4
Kreuzfahrten	91,4	64,0	+ 42,7	195,9	79,0	+ 148,0	+ 146,3
TUI Musement	19,5	13,1	+ 48,2	- 7,7	- 13,1	+ 41,3	+ 70,2
Urlauberlebnisse	241,8	189,7	+ 27,4	527,2	328,1	+ 60,7	+ 64,7
Region Nord	14,2	- 1,1	n. a.	- 201,1	- 270,6	+ 25,7	+ 28,3
Region Zentral	21,0	8,8	+ 139,7	- 66,8	- 122,4	+ 45,4	+ 45,8
Region West	- 18,8	- 0,6	n. a.	- 137,1	- 102,7	- 33,5	- 32,9
Märkte & Airlines	16,5	6,7	+ 144,7	- 405,0	- 495,7	+ 18,3	+ 19,9
Alle übrigen Segmente	- 26,4	- 27,0	+ 2,3	- 73,0	- 58,3	- 25,2	- 25,0
Bereinigtes EBIT¹ TUI Group	231,9	169,4	+ 36,8	49,2	- 225,9	n. a.	n. a.
Bereinigtes EBIT (zu konstanten Wechselkursen)	233,8	169,4	+ 38,0	70,5	- 225,9	n. a.	
EBIT¹	226,1	175,4	+ 28,9	31,3	- 230,8	n. a.	
Bereinigtes EBITDA	446,8	366,6	+ 21,9	670,9	382,0	+ 75,7	
EBITDA²	448,3	446,0	+ 0,5	671,0	461,3	+ 45,5	
Konzernverlust	103,6	52,5	+ 97,5	- 226,9	- 505,5	+ 55,1	
Ergebnis je Aktie	€ 0,10	0,07	+ 42,9	- 0,72	- 1,72	+ 58,1	
Nettosach- und Finanzinvestitionen	90,8	92,3	- 1,6	410,9	310,1	+ 32,5	
Eigenkapitalquote (30.6) ³	%			6,9	4,7	+ 2,2	
Nettoverschuldung (30.6.)				2.129,8	2.171,9	- 1,9	
Mitarbeitende (30.6.)				67.050	65.018	+ 3,1	

Differenzen durch Rundungen möglich: Einzelne Zahlen könnten sich nicht genau zur angegebenen Summe addieren und Prozentangaben könnten nicht genau die absoluten Werte widerspiegeln, auf die sie sich beziehen. Sämtliche Veränderungsangaben beziehen sich auf den entsprechenden Vorjahreswert, sofern nicht anders angegeben.

¹ Das dem bereinigten EBIT zugrundeliegende EBIT definieren wir als das Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und dem Ergebnis aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten des Konzerns. Für weitere Informationen siehe Seite 23.

² Das EBITDA beschreibt das Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und dem Ergebnis aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten, Wertberichtigungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte sowie Ab- und Zuschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte, Sachanlagen, Finanzanlagen und Umlaufvermögen.

³ Anteil des bilanziellen Eigenkapitals an der Bilanzsumme in %. Veränderung in Prozentpunkten.

Für diese Zwischenmitteilung zum Q3 2024 wurde die im Konzernabschluss zum 30. September 2023 der TUI AG beschriebene Berichtsstruktur verwendet. Siehe dazu Geschäftsbericht der TUI Group 2023 ab Seite 28.

Aufgrund der Umsegmentierung einer IT-Gesellschaft aus dem Segment Region West in Alle übrigen Segmente im aktuellen Geschäftsjahr wurde das Vorjahr angepasst.