

TUI GROUP

Buchungsupdate

Im Vorfeld der Veröffentlichung der Gesamtjahresergebnisse zum 30. September 2024 am 11. Dezember gibt die TUI Group folgendes Update bekannt:

TUI erwartet starkes Geschäftsjahr 2024 im Rahmen der Erwartungen

- Dank der positiven Buchungsdynamik und eines starken Endspruchs in der laufenden Sommersaison 2024 sind wir gut positioniert, um unsere Prognose für das GJ24¹ – eine Steigerung des bereinigten EBITs um mindestens 25 % gegenüber dem Vorjahr – zu bekräftigen
 - Der Bereich Märkte + Airline liegt mit einem Buchungsplus² von 6 % und einem Preisanstieg von +3 % für das Sommerprogramm 2024 deutlich über dem Vorjahr
 - Die Buchungsentwicklung im Bereich Urlaubserlebnisse ist weiterhin stark und entspricht unseren angehobenen Erwartungen
- Vielversprechender Start in das Winterprogramm 2024/25, da Konsumenten Ausgaben für Freizeiterlebnisse weiterhin priorisieren
 - Im Bereich Märkte + Airline² liegen die Buchungen um +7 % über dem Vorjahresniveau, getragen von einer stärkeren Nachfrage nach dynamisch paketierte Produkten. Die Durchschnittspreise sind in allen Quellmärkten höher, insgesamt +5 %
 - Der Bereich Urlaubserlebnisse verzeichnet einen soliden Start in das H1 GJ25, unterstützt durch unsere „Asset-Right“-Wachstumsstrategie, einschließlich unseres Flottenausbaus bei TUI Cruises
- Wir verfolgen eine klare Strategie, die Wertschöpfung deutlich zu steigern und verpflichten uns weiterhin zur Erreichung unserer mittelfristigen Ziele, wie einer jährlichen durchschnittlichen Wachstumsrate des bereinigten EBIT von ca. +7 bis 10 % (Compound Annual Growth Rate/CAGR)

Buchungsentwicklung – Märkte + Airline²

Die positive Dynamik der Kurzfristbuchungen und verbesserten Durchschnittspreise für das **Sommerprogramm 2024** hat sich seit unserer Q3-Veröffentlichung am 14. August fortgesetzt. Daraus resultierend und dank des weiteren Ausbaus unseres Kundenstamms, liegen die Buchungen weiterhin um +6 % im Plus. Aktuell belaufen sich die Buchungen für die Saison auf 14,7 Mio., ein Anstieg um 1,4 Mio. seit unserem Update im August. Die Durchschnittspreise liegen mit einem Plus von +3 % weiterhin über der Vorjahressaison und helfen beim Ausgleich der höheren inflationsbedingten Kostenbasis, die wir im gesamten Geschäft verzeichnen. Mit 97 % ist mittlerweile nahezu das gesamte Programm verkauft, ein Plus von +1 %-Punkt gegenüber dem Sommerprogramm 2023. In Großbritannien ist das Programm zu 97 % verkauft, die kumulierten Buchungen liegen um +5 % über dem Vorjahresniveau. In Deutschland verzeichnen wir infolge der Ausweitung der angebotenen Kapazitäten, insbesondere bei Angeboten für die Türkei, Griechenland, die Balearen, Kanaren und Ägypten, als Reaktion auf die FTI-Insolvenz ein Buchungsplus von +10 %. Das Programm ist zu 96 % verkauft und liegt somit auf dem Niveau der Vorjahressaison. Über alle Märkte hinweg verzeichnet das Kurz- und Mittelstreckenprogramm das stärkste Wachstum, wobei Spanien, Griechenland und die Türkei die beliebtesten Destinationen sind.

Die Buchungen für das **Winterprogramm 2024/25** sind weiterhin vielversprechend. Dank einer stärkeren Nachfrage nach unseren Pauschalreisen und dynamisch paketierte Produkten, verzeichnen wir ein Buchungsplus von +7 %. Die Durchschnittspreise sind über alle Quellmärkte hinweg höher und insgesamt um +5 % gestiegen, was unter anderem auf den gestiegenen Verkaufsmix aus höherpreisigen Pauschalreisen und dynamisch paketierte Produkten zurückzuführen ist, was uns im höheren Kostenumfeld unterstützen wird. Bislang sind 1,8 Mio. Buchungen für die Saison eingegangen. Wie üblich, befinden wir uns aktuell noch in einer relativ frühen Phase des Buchungszyklus für die Saison. Das Programm ist zu 33 % verkauft, womit wir um +1 %-Punkt über der Wintersaison des Vorjahres

liegen. Die Nachfrage nach allen wichtigen Kurz- und Mittelstreckenzielen ist im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Als besonders beliebt erweisen sich erneut die Kanaren, Ägypten und die Kapverden. Thailand, Mexiko und die Dominikanische Republik werden in der Wintersaison einen bedeutenden Teil unseres Langstreckenangebots ausmachen. In Großbritannien, wo das Programm bereits am Längsten in Verkauf ist, liegen die Buchungen auf dem hohen Niveau der letzten Wintersaison. Hier ist das Programm bereits zu 40 % verkauft. In Deutschland ist das Winterprogramm 2024/25 mit einem Buchungsplus von +11 % gegenüber der Vorjahressaison stark angelaufen und ist bereits zu 30 % verkauft.

Buchungsentwicklung – Urlaubserlebnisse³

Die Buchungsentwicklung liegt weiterhin auf Kurs, unsere angehobenen Ergebniserwartungen zu erfüllen, da das Segment weiterhin von unserer Asset-Right-Wachstumsstrategie und der starken Nachfrage nach unserem Produktangebot profitiert.

Im Bereich **Hotels & Resorts** ist unser gut diversifiziertes Portfolio an Marken und Destinationen weiterhin erfolgreich. Die Zahl der angebotenen Bettennächte⁴ ist im Q4 um +2 % gestiegen, was hauptsächlich auf weniger Hotelrenovierungen zurückzuführen ist. Dank der starken Nachfrage ist die gebuchte Auslastung⁵ um +1 %-Punkt gestiegen, während die durchschnittlichen Tagesraten⁶ über alle unsere Marken hinweg mit einem Plus von insgesamt +10 % für das Quartal weiterhin weit über dem Vorjahr liegen. Im H1 GJ25 ist die Zahl der verfügbaren Bettennächte⁴ infolge einer höheren Zahl an Hotels, in denen Renovierungen erfolgen, um -2 % gesunken. Die gebuchte Auslastung⁵ liegt aktuell um +6 %-Punkte höher, während die durchschnittlichen Tagesraten⁶ um +7 % gestiegen sind. Dies unterstreicht die Beliebtheit des angebotenen Produkts. Die wichtigsten Reiseziele für das erste Halbjahr werden voraussichtlich die Kanaren, Ägypten, die Kapverden und die Karibik sein. Es wird erwartet, dass der Bereich im GJ25 weiter wachsen wird, da wir unser Hotelportfolio in allen von uns angebotenen Destinationen weiter ausbauen werden.

In der Sommersaison im Q4 betreibt unser Segment **Kreuzfahrten** 17 Schiffe mit einem breiten Angebot an Routen, die sich auf das Mittelmeer, Nordeuropa und Nordamerika konzentrieren. Hapag-Lloyd bietet auch Kreuzfahrten nach Asien und in die Arktis an. Die Zahl verfügbarer Passagiertage⁷ liegt mit einem Plus von +12 % deutlich über dem Vorjahresniveau, was insbesondere auf den erfolgreichen Start der Mein Schiff 7 zurückzuführen ist. Trotz der zusätzlichen Kapazitäten konnte die gebuchte Auslastung⁸ von 102 % gehalten werden. Die durchschnittlichen Tagesraten⁹ entsprechen mit einem Anstieg um +2 % der im August in unserer Q3-Veröffentlichung berichteten Entwicklung. Auch dies unterstreicht die Beliebtheit unseres Kreuzfahrtprodukts sowohl auf dem deutschsprachigen als auch auf dem UK Markt. Der Buchungsstart für die Wintersaison verläuft vielversprechend. Das Programm für das H1 GJ25 wurde ausgeweitet und beinhaltet auch die Inbetriebnahme der Mein Schiff Relax gegen Ende dieses Zeitraums, die zu einem Anstieg der verfügbaren Passagiertage⁷ um insgesamt +14 % beiträgt. Wir profitieren weiterhin von der starken Nachfrage nach unserem Portfolio an Premium-All-inclusive-, Luxus- und Expeditionskreuzfahrten. Die gebuchte Auslastung⁸ liegt bei -4 %-Punkten, was auf kurzfristige Änderungen von Routen infolge der Unruhen im Mittleren Osten zurückzuführen ist. Ohne diesen Effekt entspricht die gebuchte Auslastung trotz zusätzlicher Kapazität weitgehend dem Vorjahresniveau, was auf die starke Nachfrage zurückzuführen ist. Die durchschnittlichen Tagesraten⁹ liegen bei den einzelnen Kreuzfahrtgesellschaften um +2 bis +7 % über dem Vorjahr, insgesamt aber infolge von Änderungen beim Marken- und Produktmix auf dem Niveau der Vorjahressaison. Die Mein Schiff-Flotte von zunächst sieben Schiffen wird die Kanaren, den Orient, die Karibik, Mittelamerika, Asien, Südafrika und Nordeuropa anlaufen. Hapag-Lloyd wird mit seiner fünf Schiffe umfassende Flotte Routen nach Amerika, Asien, Afrika, in den Südpazifik, nach Europa und in die Antarktis anbieten. Besonders hervorzuheben ist hier die Halbumrundung der Antarktis. Das Winterprogramm von Marella konzentriert sich auf Routen zu den Kanarischen Inseln und in die Karibik, die mit ihrer Flotte von fünf Schiffen angefahren werden.

TUI Musement, unser Geschäft mit Touren und Aktivitäten, setzt seine Expansion fort und konzentriert sich dabei auf den Ausbau seines B2C-Angebots sowie seines B2B-Geschäfts mit Partnern und die Steigerung des Verkaufsvolumens von Transfers und Erlebnissen, die von unserem Bereich Märkte + Airline unterstützt werden. Die Umsätze in unserem Geschäft mit Erlebnissen, das Exkursionen, Aktivitäten und Tickets umfasst, werden im Q4 voraussichtlich im mittleren einstelligen Prozentbereich wachsen. Unser Transfergeschäft, das unsere Gäste an ihrem

Zielort unterstützt, wird sich voraussichtlich entsprechend unserer geplanten Kapazitäten im Bereich Märkte + Airline entwickeln. Die Wintersaison befindet sich noch in einem frühen Buchungsstadium, aber die ersten Anzeichen sind ermutigend.

Treibstoff/Fremdwährungen

Unsere Strategie, den Großteil unseres Treibstoff- und Fremdwährungsbedarfs für künftige Saisons abzusichern, verschafft uns stärkere Kostensicherheit bei der Planung unserer Kapazitäten und Preise. Für die bevorstehende Winter- und Sommersaison sind wir im Einklang mit unseren Erwartungen gehedged. Die nachstehende Tabelle zeigt den jeweiligen Anteil unserer geplanten Bedarfe an den Währungen Euro und US-Dollar sowie an Flugbenzin, das aktuell in unserem Bereich Märkte + Airline abgesichert ist, die über 90 % des Gesamtbedarfs des Konzerns an Währungen und Treibstoff ausmachen.

Abgesicherte Position	S24	W24/25	S25
Euro	97 %	91 %	57 %
US-Dollar	97 %	93 %	73 %
Treibstoff (Flugbenzin)	99 %	92 %	76 %

Stand 15. September 2024

TUI Group GJ24-Prognose & mittelfristige Ziele

- Prognose für das GJ24¹ – Die Buchungsentwicklung verläuft weiterhin wie vom Management erwartet. Daher bekräftigen wir unsere Prognose einer Steigerung des bereinigten EBITs um mindestens 25 % gegenüber dem Vorjahr (GJ23: 977 Mio. €)
- 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 Ratio¹⁰ von stark unter 1,0x
 - Rückkehr zu einem Kreditrating, das unserem Vor-Pandemie-Niveau im Bereich von BB/Ba (S&P/Moody's) entspricht

Die TUI Group wird ihre Gesamtjahresergebnisse am Mittwoch, den 11. Dezember 2024, veröffentlichen und diese am selben Tag auch für Investoren und Analysten präsentieren. Weitere Einzelheiten folgen zu einem späteren Zeitpunkt.

¹ Basierend auf konstanten Wechselkursen und im Rahmen der bislang bekannten makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten, einschließlich Entwicklungen im Mittleren Osten

² Stand 15. September 2024. Die Kennzahlen umfassen sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten sowie Buchungsanpassungen und Umbuchungen aus Gutscheinen

³ Buchungszahlen (ohne Blue Diamond im Segment Hotels) zum 15. September 2024 im Vergleich zu den Buchungszahlen des Vorjahres

⁴ Anzahl Öffnungstage multipliziert mit verfügbaren Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels

⁵ Belegte Betten dividiert durch verfügbare Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Betten

⁶ Arrangement-Umsatz dividiert durch belegte Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels

⁷ Anzahl Betriebstage multipliziert mit verfügbaren Betten auf den betriebenen Schiffen

⁸ Anzahl erreichter Passagiertage dividiert durch verfügbare Passagiertage

⁹ TUI Cruises: Ticket-Umsätze dividiert durch erreichte Passagiertage. Marella Cruises: Umsatz (Bordaufenthalt einschließlich Transfers, Flüge und Hotels aufgrund der Integration bei Marella Cruises) dividiert durch erreichte Passagiertage

¹⁰ Netto-Leverage Ratio definiert als Nettoverschuldung (Finanzverbindlichkeiten abzüglich Zahlungsmittel & Zahlungsmitteläquivalente & abzüglich kurzfristige verzinsliche Finanzanlagen) geteilt durch bereinigtes EBITDA

Anhang:

Buchungsentwicklung Märkte + Airline²

Sommerprogramm 2024 vs. Sommerprogramm 2023

Veränderung in %	
Buchungen	+6
Durchschnittspreise	+3

Winterprogramm 2024/25 vs. Winterprogramm 2023/24

Veränderung in %	
Buchungen	+7
Durchschnittspreise	+5

Buchungsentwicklung Urlaubserlebnisse³

Q4 GJ24

Veränderung in % zum Vorjahr	
Hotels & Resorts	
Verfügbare Passagiertage ⁴	+2
Auslastung (Veränd. in %-P.) ⁵	+1
Durchschnittsrate pro Tag ⁶	+10
Kreuzfahrten	
Verfügbare Passagiertage ⁷	+12
Auslastung (Veränd. in %-P.) ⁸	0
Durchschnittsrate pro Tag ⁹	+2
TUI Musement	
Verkaufte Erlebnisse	+ mittlerer einstelliger Bereich
Transfers	Entspricht Märkte + Airline

H1 GJ25

Veränderung in % zum Vorjahr

Hotels & Resorts

Verfügbare Bettenächte ⁴	-2
Auslastung (Veränd. in %-P.) ⁵	+6
Durchschnittsrate pro Tag ⁶	+7

Kreuzfahrten

Verfügbare Passagiertage ⁷	+14
Auslastung (Veränd. in %-P.) ⁸	-4

(Ca. auf Vorjahr – exkl. kurzfr. Routenänderungen infolge Unruhen Mittlerer Osten)

Durchschnittsrate pro Tag ⁹	0
--	---

TUI Musement

Verkaufte Erlebnisse	n.m.
Transfers	Entspricht Märkte + Airline

Kontakt für Analysten & Investoren

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

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.