

TUI GROUP

Buchungsupdate für Q4

Im Vorfeld der Veröffentlichung der Gesamtjahresergebnisse zum 30. September 2023 am 6. Dezember gibt die TUI Group folgendes Update bekannt:

Bestätigung der Erwartungen für einen starken Sommer 2023; für den letzten Monat der Saison liegen die Buchungseingänge erheblich über denen des Sommers 2022. Wir freuen uns, dass die positive Dynamik auch für das Winterprogramm 2023/24 bei gleichzeitig höheren Preisen anhält. Die TUI ist gut positioniert, um die Ergebnisziele für das GJ 2023 zu erreichen.

- Die aktuellen Buchungstrends unterstreichen die starke Kundennachfrage im derzeitigen makroökonomischen Umfeld und die Attraktivität unseres Produktangebots

Sommer 2023

- Mit 13,7 Mio.¹ Buchungen verzeichnen wir eine starke Entwicklung für das Sommerprogramm 2023. Die Buchungen liegen um +5 % über dem Vorjahr und erreichen mit 96 % nahezu das Vor-Pandemie-Niveau
- Seit unserem Update für das Q3 2023 sind 1,1 Mio. weitere Buchungen eingegangen; für den letzten Monat der Saison zeigte sich die Nachfrage besonders stark und liegt mit +8 % deutlich über dem Niveau des Vorjahressommers
- Aufgrund der gestiegenen Nachfrage wird die Saison insbesondere in Griechenland und der Türkei verlängert
- Die Durchschnittspreise für das Sommerprogramm 2023 liegen mit +8 % weiterhin über dem Vorjahr und mit +27 % über dem Sommer 2019. Damit liegen sie leicht über den zu Q3 berichteten Werten

Winter 2023/24

- Die positive Dynamik setzt sich auch für die Wintersaison 2023/24 fort; das Programm wurde ausgeweitet, und die Buchungen liegen insgesamt um +15 % über dem Winter 2022/23. Die vielversprechende Buchungslage in allen wichtigen Quellmärkten wird durch einen Preisanstieg von +4 % gegenüber der Vorjahressaison begleitet. Für die bevorstehende Winter- und Sommersaison sind wir im Einklang mit unseren Erwartungen gehedged
- Wie üblich ist Großbritannien mit verkauften 38 % des ausgeweiteten Winterprogramms der am weitesten fortgeschrittene Markt. Gegenüber dem Winterprogramm 2022/23 liegen die Buchungen bei +8 % und die Durchschnittspreise bei +3 %
- Die Buchungsentwicklung im Bereich Urlaubserlebnisse ist weiterhin auf Kurs, um unsere Erwartungen für das Sommerprogramm 2023 und das Winterprogramm 2023/24 zu erfüllen

Erwartungen

- TUI bestätigt erneut die Erwartung, einen signifikanten Anstieg beim bereinigten EBIT² sowohl im Q4 2023 als auch im GJ 2023 gegenüber GJ 2022 zu erzielen

TUI Group

- Beim bereinigten EBIT im Q4 GJ 2023², das voraussichtlich deutlich über dem Vorjahreswert liegen wird, erwartet das Segment Hotels & Resorts nahezu an das bereits starke Vorjahresergebnis anzuschließen. Sowohl das Segment Kreuzfahrten als auch Märkte & Airlines werden voraussichtlich ein deutlich verbessertes Ergebnis erzielen. Zugleich erwartet TUI Musement einen starken Ergebnisanstieg
- Annahme für das GJ 2023²: Wir bestätigen erneut unsere Erwartung, das bereinigte EBIT im GJ 2023 signifikant zu steigern
- Mittelfristige Ziele: Wir konzentrieren uns auf operative Exzellenz und Umsetzung unserer Strategie. Wir verfolgen eine klare Strategie zur Beschleunigung eines profitablen Wachstums durch die Erschließung neuer Kundensegmente und mehr Produktverkäufen. Unser mittelfristiges Ziel für den Zeitraum bis 2025/26 ist es, das bereinigte EBIT auf deutlich über 1,2 Mrd. €³ zu steigern. Wir wollen zu einem Brutto-Verschuldungsgrad⁴ von deutlich unter 3,0x zurückkehren und streben ein Kreditrating an, das dem Vor-Pandemie-Niveau im Bereich von BB/Ba entspricht
- Wir werden die Gesamtjahresergebnisse der TUI Group am Mittwoch, den 6. Dezember 2023 veröffentlichen und diese am selben Tag für Investoren und Analysten präsentieren. Weitere Details folgen zu einem späteren Zeitpunkt.

¹ Stand 10. September 2023. Die Kennzahlen umfassen sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten

² Auf Basis konstanter Wechselkurse

³ GJ 2019 bereinigtes EBIT in Höhe von 893 Mio. € einschließlich 293 Mio. € Kostenbelastung im Zusammenhang mit Boeing 737 Max.

⁴ Definiert als Bruttoverschuldung (Finanzverbindlichkeiten inkl. Leasingverbindlichkeiten & Netto-Pensionsverbindlichkeiten) geteilt durch bereinigtes EBITDA

Der Vorstandsvorsitzende der TUI Group, Sebastian Ebel, erläutert:

„Wir verzeichnen einen starken Abschluss der Sommersaison und liegen auf Kurs, unsere Ergebniserwartungen zu erfüllen. Dies zeigt sich besonders in unseren Hauptmärkten Deutschland, wo die Buchungen um +10 % über dem Vorjahr liegen, und Großbritannien, wo die Buchungen der bereits starken Sommersaison des Vorjahres entsprechen und um +4 % über dem Vor-Pandemie-Niveau liegen. Wären in den vergangenen Monaten nicht verschiedene Ereignisse eingetreten, die außerhalb unseres Einflussbereichs lagen, nicht zuletzt die Waldbrände auf Rhodos, hätte unsere Performance die Erwartungen übertroffen. Zum Start in das neue Geschäftsjahr ist TUI gut aufgestellt. Die positive Buchungsdynamik hält an und ich bin sehr optimistisch für die bevorstehende Winter- und Sommersaison. Für das Winterprogramm 2023/24 befinden wir uns noch in einer frühen Phase des Buchungszyklus, doch der Anstieg der Buchungen um +15 % gegenüber dem Vorjahr ist ein sehr ermutigendes Signal. Wir verfolgen eine klare Strategie für die kommenden Jahre, in denen wir neue Produkte einführen, unsere Kundenbasis vergrößern und unseren Marktanteil ausbauen werden. Dabei unterstützt uns das TUI Kunden-Ecosystem. Bei der Vorstellung unserer Gesamtjahresergebnisse werden wir über unsere jüngsten strategischen Initiativen und die erzielten Fortschritte informieren.“

Buchungsentwicklung¹ – Märkte & Airlines

Die Buchungen für unser Sommerprogramm 2023 sind stark und belaufen sich auf 13,7 Mio., ein Anstieg um 1,1 Mio. seit unserem Buchungsupdate zum Q3 vom 9. August 2023. Infolgedessen liegen die Buchungen für den Sommer 2023 mit einem Anstieg um +5 % deutlich über denen des Sommerprogramms 2022 und erreichen mit 96 % nahezu das Vorpandemie-Niveau des Sommers 2019. Das Gesamtprogramm für den Sommer 2023 ist nun zu 95 % verkauft und entspricht damit dem Niveau des Vorjahres und dem Vor-Pandemie-Niveau. Die Durchschnittspreise liegen über alle Märkte hinweg weiterhin um +8 % über dem Sommer 2022 und +27 % über dem Sommer 2019 und übersteigen damit leicht das im Rahmen unseres Q3-Updates veröffentlichte Niveau. In Großbritannien liegen die kumulierten Gästezahlen auf dem Niveau des Sommers 2022 und 4 % über denen des Sommers 2019. Auf unseren wichtigsten Märkten in Kontinentaleuropa liegen die Buchungen für Deutschland um +10 % über der Vorjahressommersaison und um -3 % unter dem Sommer 2019. Ähnlich verhält es sich in den Niederlanden, wo die Buchungen um +4 % über dem Sommer 2022 und um -3 % gegenüber dem Sommer 2019 liegen. Unser traditionelles Kurz- und Mittelstreckenangebot nach Griechenland, in die Türkei, auf die Kanaren und die Balearen erfreut sich bei unseren

Kunden weiterhin großer Beliebtheit. Alle wichtigen Destinationen profitieren von einem Anstieg der Nachfrage gegenüber dem Sommerprogramm 2022. Für die letzten Wochen der Sommersaison, die sich traditionell bis Ende Oktober erstreckt, verzeichnen wir eine starke Nachfrage. Daher haben wir vor Kurzem bekanntgegeben, dass wir die Saison in den November hinein verlängern werden, insbesondere in der Türkei und in Griechenland, um der Nachfrage außerhalb der traditionellen Sommersaison gerecht werden zu können. Dies stellt erneut den Vorteil unseres integrierten Geschäftsmodells und unserer Fähigkeit, schnell auf Nachfrageänderungen einzugehen, unter Beweis.

Wir freuen uns, dass sich die positive Buchungsdynamik des Sommers auch in den Winter 2023/24 hinein fortsetzt. Angesichts der aktuellen Buchungstrends und der starken Kundennachfrage haben wir unser Winterprogramm gegenüber dem Winter 2022/23 um +11 % ausgebaut, vor allem in Großbritannien. Dies wird durch unser erweitertes dynamisches Produktangebot verstärkt, das unseren Kunden mehr Flexibilität und Auswahl bietet. Wie üblich, befinden wir uns aktuell noch in einer frühen Phase des Buchungszyklus für den Winter 2023/24. Bisher ist das Programm zu 29 % verkauft, womit wir leicht über dem Stand des Winters 2022/23 liegen. Mit 1,5 Mio. Buchungseingängen liegt der Buchungsstand aktuell deutlich um +15 % über der Wintersaison des Vorjahres und übertrifft die Kapazitätsziele für die gesamte Saison deutlich. Die Durchschnittspreise sind in allen Märkten weiterhin höher und liegen insgesamt um +4 % über der Wintersaison 2022/23, was die Beliebtheit unserer Produkte widerspiegelt. Das Programm für das Q1 des GJ 2024 mit einem Mix aus Spätsommer und Frühwinter ist zu 57 % verkauft, das entspricht +1 % gegenüber dem Winter 2022/23. Kurz- und Mittelstreckendestinationen, darunter die Kanaren, Ägypten und die Kapverden, werden einen wichtigen Teil des bevorstehenden Winterprogramms ausmachen. Mexiko, Thailand und die Dominikanische Republik werden voraussichtlich wichtige Langstreckenziele sein. Großbritannien, traditionell unser am weitesten fortgeschrittener Markt, ist zu 38 % gebucht. Hier liegen die Buchungen insgesamt um +8 % und in den letzten vier Wochen sogar um +15 % über dem Winterprogramm 2022/23. Dies stellt die positive Dynamik unter Beweis, die wir in unseren wichtigsten Märkten durchgängig verzeichnen. Der positive Trend wird zudem von höheren Durchschnittspreisen begleitet, die gegenüber dem Winterprogramm 2022/23 um +3 % gestiegen sind.

Buchungsentwicklung – Urlaubserlebnisse

Im Segment Hotels & Resorts zeigt sich unser diversifiziertes Portfolio beliebter Marken, darunter Riu, Robinson, TUI Blue und TUI Magic Life, weiterhin erfolgreich. Die Buchungsentwicklung für das Q4² liegt weiterhin auf Kurs, den Erwartungen zu entsprechen. Insgesamt liegt die Zahl der verfügbaren Bettennächte³ für das Q4 um +3 % über dem Vorjahresniveau, wobei die gebuchte Auslastung⁴ dem Vorjahreswert entspricht. Die durchschnittlichen Tagesraten liegen um +5 % über denen des Q4 2022, vor allem dank der starken Nachfrage nach Riu. Die Türkei, die Karibik, die Balearen, Griechenland, die Kanaren und die Kapverden erweisen sich weiterhin als beliebte Ziele. Für das Winterprogramm 2023/24 erwarten wir, dass das Segment von der Erweiterung unseres Veranstalterangebots für die Saison profitieren wird. Die Zahl der verfügbaren Bettennächte für das erste Halbjahr 2023/24 liegt um +6 % über der des ersten Halbjahres 2022/23. Die durchschnittlichen Tagesraten liegen derzeit bei +4 % und die Auslastung im ersten Halbjahr 2023/24 ist um +3 %-Punkte höher als im Vorjahr, was die gute Nachfrage nach unserem Winterhotelangebot unterstreicht.

Unser Segment Kreuzfahrten wird mit einer kompletten Flotte von 16 Schiffen in die Wintersaison 2023/24 starten. Mein Schiff wird mit ihrer Flotte von sechs Schiffen Routen zu den Kanaren, in den Orient, die Karibik, nach Mittelamerika, Asien und Nordeuropa anbieten. Die fünf Schiffe umfassende Flotte von Hapag-Lloyd Cruises wird sich auf Routen nach Amerika, in die Karibik und nach Asien konzentrieren und außergewöhnliche Expeditionen wie eine Halbumrundung der Antarktis anbieten. Marella wird mit ihrer Flotte von fünf Schiffen Routen zu den Kanarischen Inseln und in die Karibik anbieten, wobei Asien in der kommenden Wintersaison ebenfalls wieder aufgenommen wird. Das schlechtere Sommerwetter in den Quellmärkten hat die Buchungen und die Nachfrage im Herbst angekurbelt. Das Segment setzt seine starke Erholung nach der Pandemie fort. Infolgedessen liegt die Auslastungsrate⁵ im Vorjahresvergleich um +9 %-Punkte mit durchschnittlichen Tagesraten von +11 % über dem Vorjahr und ist wieder auf dem Vor-Pandemie-Niveau. Die verfügbaren Passagiertage⁶ entsprechen im Q4 denen des Vorjahresquartals. Das Winterprogramm wurde im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet und die verfügbaren Passagiertage steigen für das erste Halbjahr 2023/24 um +2 %. Im H1 2023/24 ist die Auslastung um +15 %-Punkte

höher bei gleichzeitig um 5 % höheren durchschnittlichen Tagesraten gegenüber H1 2022/23, was den positiven Start in die Wintersaison unterstreicht. Die Gästezufriedenheit ist über alle Kreuzfahrtenmarken hinweg erneut hoch und übertrifft das Niveau von 2019. Kürzlich wurde Mein Schiff in einer Umfrage der deutschen Reisemagazine FWW und Travel Talk erneut zur besten Kreuzfahrtmarke gekürt.

TUI Musement, unser Geschäft mit Touren und Aktivitäten, setzt seine Expansion fort und konzentriert sich dabei auf sein B2C-Angebot, das ein profitables Wachstum des Direktverkaufs von Erlebnissen an die Kunden ermöglicht, sowie seinen B2B-Vertrieb, wo das differenzierte Portfolio eigener Produkte weltweit ausgebaut wird. Die bisherigen Verkäufe in unserem Geschäft mit Erlebnissen, das Exkursionen, Aktivitäten und Tickets umfasst, liegt im Q4 mit einem Plus von +11 % über dem Wert des Vorjahresquartals. Das Transfergeschäft, das unsere Gäste an ihrem Zielort unterstützt, wird sich voraussichtlich im Einklang mit unseren geplanten Kapazitäten im Bereich Märkte & Airlines entwickeln. Die Wintersaison hat positiv begonnen, befindet sich aber noch in einem sehr frühen Stadium.

¹ Buchungsstand 10. September 2023. Die Kennzahlen umfassen sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten

² Buchungsstand vom 10. September 2023 ohne Blue Diamond

³ Anzahl Öffnungstage multipliziert mit verfügbaren Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels

⁴ Belegte Betten dividiert durch verfügbare Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels

⁵ Anzahl erreichter Passagiertage dividiert durch verfügbare Passagiertage

⁶ Anzahl Betriebstage multipliziert mit verfügbaren Betten auf den betriebenen Schiffen

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

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.

Anhang:

Buchungsentwicklung Märkte & Airlines

Sommerprogramm 2023¹

Veränderung in % zu	2022	2019
	Sommer 2023	Sommer 2023
Buchungen	+5	-4
Durchschnittspreise	+8	+27

Winterprogramm 2023/24¹

Veränderung in % zu	2022/23
	Winter 2023/24
Buchungen	+15
Durchschnittspreise	+4

¹ Buchungsstand vom 10. September 2023. Die Kennzahlen umfassen sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten sowie Buchungsanpassungen und Umbuchungen aus Gutscheinen

Urlaubserlebnisse

Q4 GJ 2023 Buchungen

Veränderung in % zu	Juli – September 2023 ¹	Juli – September 2022
Hotels & Resorts²		
Verfügbare Bettennächte ³		+3
Auslastung in % ⁴	+0	Prozentpunkte
Durchschnittsrate pro Tag		+5
Kreuzfahrten		
Verfügbare Passagiertage ⁵		+0
Auslastung in % ⁶	+9	Prozentpunkte
Durchschnittsrate pro Tag		+11
TUI Musement		
Verkaufte Erlebnisse		+11
Transfers	Entspricht Märkte & Airlines	

H1 GJ 2024 Buchungen

Veränderung in % zu	Oktober 2023 – März 2024 ¹
	Oktober 2022 – März 2023
Hotels & Resorts²	
Verfügbare Bettennächte ³	+6
Auslastung in % ⁴	+3 Prozentpunkte
Durchschnittsrate pro Tag	+4
Kreuzfahrten	
Verfügbare Passagiertage ⁵	+2
Auslastung in % ⁶	+15 Prozentpunkte
Durchschnittsrate pro Tag	+5
TUI Musement	
Verkaufte Erlebnisse	n.m.
Transfers	Im Einklang mit der Entwicklung von Märkte & Airlines

¹ Buchungsstand vom 10. September 2023

² Buchungsstand vom 10. September 2023 ohne Blue Diamond

³ Anzahl Öffnungstage multipliziert mit verfügbaren Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels

⁴ Belegte Betten dividiert durch verfügbare Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels

⁵ Anzahl Betriebstage multipliziert mit verfügbaren Betten auf den betriebenen Schiffen

⁶ Anzahl erreichter Passagiertage dividiert durch verfügbare Passagiertage