

TUI GROUP

Q1-Ergebnisse zum 31. Dezember 2015

- Gutes operatives Ergebnis im Q1 – Anstieg des bereinigten EBITA um 7,2 %* trotz geopolitischer Ereignisse.
- Synergien aus dem Zusammenschluss in Höhe von 10 Mio. € durch Corporate Streamlining und Destination Services im Berichtsquartal realisiert.
- Veräußerungsprozess für Hotelbeds verläuft nach Plan.
- Buchungseingänge für Winterprogramm 2015/16 und Sommerprogramm 2016 entsprechen unter Berücksichtigung der geopolitischen Situation den Erwartungen.
- Ergebnisprognose von mindestens 10% Zuwachs beim bereinigten EBITA im Geschäftsjahr 2015/16* bestätigt.

WESENTLICHE FINANZKENNZAHLEN

Mio. €	Q1 15/16	Bereinigt Q1 14/15 geändert	Veränd.%	Berichtet Q1 15/16	Q1 14/15 geändert
Umsatz	3.718,4	3.526,4	5,4	3.718,4	3.526,4
EBITA	-101,7	-104,8	3,0	-137,5	-141,4
EBITA – auf Basis konstanter Wechselkurse*	-97,3	-104,8	7,2	-132,3	-141,4

Anmerkung: EBITA umfasst Ergebnis vor Zinsen, Steuern und außerplanmäßigen Abschreibungen auf Geschäfts- und Firmenwert ohne die Ergebnisse aus der Containerschifffahrt, die at equity bewertet werden, und die Ergebnisse aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten.

** Auf der Grundlage konstanter Wechselkurse für das Ergebnis im laufenden Jahr und im Vorjahr basierend auf der aktuellen Konzernstruktur*

Der Vorstandsvorsitzende der TUI Group, Friedrich Jousen, erläutert:

„»Mit einer Verbesserung unseres bereinigten EBITA um 7,2 %* haben wir im Q1 ein gutes operatives Ergebnis erzielt – und dies trotz der geopolitischen Turbulenzen in einigen unserer Destinationen. Besonders gut haben sich die Region Nord und unsere Riu Hotels entwickelt. Die Nachfrage und Ertragsentwicklung in unserem Kreuzfahrtgeschäft sind weiterhin erfreulich. Mit weiteren 10 Mio. € im Berichtsquartal verläuft die Realisierung der Synergien aus dem Zusammenschluss nach Plan, ebenso wie der Veräußerungsprozess für die Hotelbeds Group.

Aktuell sehen wir eine erhebliche Nachfrageverschiebung zu Lasten der Türkei. Die Buchungen für den Sommer 2016 für diese Destination liegen momentan um 40 % unter Vorjahr. Dank unseres skalierbaren Geschäftsmodells und unserer eigenen Hotels konnten wir rasch reagieren und haben Kapazitäten in andere, profitable Zielgebiete umgeschichtet. Unsere eigenen Hotels in Destinationen außerhalb der Türkei wie Spanien und Kanaren profitieren von der Nachfrageverschiebung. Auf Grundlage der aktuellen Buchungslage und der Robustheit unseres integrierten Geschäftsmodells erwarten wir weiterhin, im Geschäftsjahr 2015/16 einen Zuwachs bei unserem bereinigten operativen Ergebnis um mindestens 10 %* zu erzielen.«

Q1-ERGEBNISSE

Mio. €	
Bereinigtes EBITA Q1 2014/15 (geändert)	-105
Wegfall des Buchgewinns aus Hotelverkauf im Vorjahr (Riu Waikiki)	-16
Bereinigte Buchungseingänge	+5
Synergien aus Zusammenschluss (5 Mio. € Corporate Streamlining, 5 Mio. € Destination Services)	+10
Finanzierungsvorteil Europa 2	+5
Effekt Flugzeugfinanzierung gegenüber Vorjahr	+4
Bereinigtes EBITA 2015/16 exkl. Effekt aus FX	-97
Wechselkurseffekt	-5
Bereinigtes EBITA 2015/16	-102

- Der **Umsatz** stieg um 5,4 % auf 3.718 Mio. € (Q1 2014/15: 3.526 Mio. €) bzw. 2,5 % ohne Berücksichtigung des positiven Wechselkurseffekts. Der Markenumsatz (inkl. des nicht-konsolidierten Umsatzes von TUI Cruises und unserer strategischen Beteiligung in Kanada) erhöhte sich um 6,9 % auf 4.357 Mio. € (Q1 2014/15: 4.076 Mio. €) bzw. um 4,3 % ohne den positiven Wechselkurseffekt. Das Umsatzwachstum wurde von den Segmenten Region Nord und Kreuzfahrten getrieben.
- **Das bereinigte EBITA des Konzerns** verbesserte sich im Berichtsquartal auf einen Verlust von 102 Mio. € (Q1 2014/15: Verlust von 105 Mio. €); Verbesserung auf einen Verlust von 97 Mio. € auf Basis konstanter Wechselkurse.
- Unsere **Quellmärkte** verzeichneten einen Verlust von 82 Mio. € beim bereinigten EBITA (Q1 2014/15: Verlust von 78 Mio. €) bzw. einen Verlust von 77 Mio. € auf Basis konstanter Wechselkurse.
 - Region Nord erzielte ein gutes Ergebnis mit starken Buchungseingängen in Großbritannien zum Ende des Sommerprogramms und anhaltenden Margenverbesserungen in den Nordischen Ländern.
 - Region Zentral verzeichnete infolge des anhaltend wettbewerbsintensiven Marktumfelds in Deutschland ein rückläufiges Ergebnis, noch verstärkt durch einen Rückgang der Nachfrage nach Nordafrika und in die Türkei sowie niedrigeren Margen für die Kanarischen Inseln. Das neue Managementteam, das seit Ende Juni 2015 in der Verantwortung ist, hat Korrekturmaßnahmen zur Verbesserung der Profitabilität eingeleitet.
 - Das operative Ergebnis der Region West wurde durch geplante zusätzliche Marketingmaßnahmen in den Niederlanden im Zuge der erfolgreichen Markenmigration von Arke zu TUI beeinträchtigt.
- **Hotels & Resorts** erzielten ein bereinigtes EBITA von 25 Mio. € (Q1 2014/15: 29 Mio. € unter Berücksichtigung des Buchgewinns für das Riu Waikiki von 16 Mio. €) bzw. von 23 Mio. € auf Basis konstanter Wechselkurse.
 - Riu erzielte ein starkes operatives Ergebnis mit einer Verbesserung der Auslastung um 2,3 Prozentpunkte und einem Zuwachs beim durchschnittlichen Erlös pro Bett um 12,7 %. Diese Entwicklung wurde teilweise durch den Wegfall des im Vorjahresquartal enthaltenen Veräußerungsgewinns aus dem Verkauf des Riu Hotels Waikiki ausgeglichen.
 - Das Robinson-Ergebnis wurde durch geplante zusätzliche Marketingkosten zur Steigerung der Markenbekanntheit, die schwächere Auslastung der gepachteten Clubanlage in Tunesien (im Sommer 2015 eröffnet) und einer Buchungszurückhaltung für die Türkei beeinträchtigt.
 - Die Ergebnisse der anderen Hotels wurden durch die Ereignisse in Ägypten und die rückläufige Nachfrage für die Türkei beeinträchtigt.
- **Kreuzfahrten** verzeichneten einen Anstieg beim bereinigten operativen Ergebnis auf 8 Mio. € (Q1 2014/15: 2 Mio. €). Dies beinhaltet einen Vorteil aus der Refinanzierung der Europa 2 in Höhe von 5 Mio. € sowie starke Buchungseingänge für die Mein Schiff 4, die im Juni 2015 in Dienst gestellt wurde. Demgegenüber standen Kosten in Höhe von 2 Mio. € für Werftaufenthalte bei Hapag-Lloyd Cruises und der Wegfall der Auflösung einer Rückstellung für eine Werftfinanzierung in Höhe von 2 Mio. € bei TUI Cruises im vergangenen Jahr.
- Nach der Herauslösung der Destination Services (zuvor Inbound Services) und Eingliederung in die Übrige Touristik wurden im Berichtsquartal Synergien in Höhe von 5 Mio. € realisiert.
- Basierend auf der Struktur nach der Ausgliederung stieg das bereinigte EBITA der **Hotelbeds Group** auf 3 Mio. € (Q1 2014/15: 2 Mio. €). Das Geschäft entwickelt sich weiterhin deutlich besser als der Markt. Der Veräußerungsprozess verläuft nach Plan.
- **Specialist Group** verzeichnete einen Verlust beim bereinigten EBITA von 32 Mio. € (Q1 2014/15: Verlust von 19 Mio. €) bzw. von 30 Mio. € auf Basis konstanter Wechselkurse. Dieses Ergebnis spiegelt das schwierige Marktumfeld in den Bereichen Abenteuer und Skiurlaub (beeinflusst durch geopolitische Ereignisse bzw. schlechte Schneebedingungen) sowie bei den US-amerikanischen Reiseveranstaltern wider.
- **Alle übrigen Segmente** verzeichneten einen Verlust beim bereinigten EBITA in Höhe von 14 Mio. € (Q1 2014/15: Verlust von 26 Mio. €), der einen zusätzlichen Vorteil in Höhe von 5 Mio. € aus der Realisierung weiterer Corporate Streamlining-Synergien beinhaltet. Damit belaufen sich die bislang erzielten Synergien auf 15 Mio. €.

BUCHUNGSEINGÄNGE WEITERHIN ERWARTUNGSGEMÄSS

- Das Winterprogramm 2015/16 ist bislang zu 82 % gebucht. Die Zahl der Buchungen liegt auf Vorjahresniveau, während die Durchschnittspreise um 3 % gestiegen sind. Insgesamt liegen die Buchungen auf der Langstrecke um 10 % über Vorjahresniveau, und Großbritannien erzielt weiterhin gute Zuwächse bei den Gesamtbuchungen mit einem Anstieg um 3 %.
- Das Sommerprogramm 2016 verkauft sich in dieser frühen Phase erwartungsgemäß – bislang ist es zu 33 % gebucht. Insgesamt liegen die Buchungen um 1 % und die Durchschnittspreise um 2 % über Vorjahr. Die Buchungen in Großbritannien entwickelten sich weiterhin stark und waren mit 9 % im Plus. Die Nachfrage nach Reisen in die Türkei ist im Vorjahresvergleich erheblich zurückgegangen. Wir haben das Programm kurzfristig auf alternative Destinationen umgeschichtet.
- Die Quellmärkte erzielen weiterhin Zuwächse beim Direkt- und beim Online-Vertrieb.

WIR ERWARTEN für 2015/16 EINEN ZUWACHS VON MINDESTENS 10%* BEI UNSEREM BEREINIGTEN OPERATIVEN ERGEBNIS

- Auf der Grundlage aktueller Buchungsstände und der Robustheit unseres Geschäftsmodells erwarten wir weiterhin im Geschäftsjahr 2015/16 bei unserem bereinigten EBITA einen Zuwachs von mindestens 10 %*.

BUCHUNGSSTAND ENTSPRICHT UNSEREN ERWARTUNGEN

Winterprogramm 2015/16

Die Buchungseingänge für die Wintersaison, die für die Mehrzahl unserer Quellmärkte die Nebensaison ist, entsprechen unseren Erwartungen. Das Quellmarktprogramm ist wie im Vorjahr bislang zu 82 % gebucht. Die Buchungen liegen auf Vorjahresniveau, während die Durchschnittspreise um 3 % gestiegen sind. Mit einem Zuwachs von 10 % zeigt sich die Buchungslage für Langstreckenziele weiterhin stark. Die von uns kontrollierten Vertriebskanäle machen 70 % der Buchungen des Winterprogramms aus und liegen damit um einen Prozentpunkt über Vorjahr. Onlinebuchungen machen 43 % aller Buchungen aus, ein Anstieg um zwei Prozentpunkte.

Die Buchungsstände unseres Hotels & Resorts-Geschäfts spiegeln im Wesentlichen die Buchungen in unseren Quellmärkten wider. Hier verzeichnen wir ein anhaltendes Wachstum der Buchungen in unseren eigenen Hotels aus unseren Quellmärkten. Dies entspricht unserer Strategie, Synergieeffekte durch gemeinsames Auslastungsmanagement zu heben.

Gemäß den Reisehinweisen verschiedener Regierungen im November 2015 haben wir unsere Flüge von und nach Sharm El Sheikh ausgesetzt und unsere Veranstalterprogramme umgehend angepasst. Ägypten machte etwa 6 % unseres Winterprogramms 2014/15 und etwa 2 % des Sommerprogramms 2015 unserer Quellmärkte aus. Sharm El Sheikh machte etwa 50 % unseres gesamten Ägyptenprogramms aus. Außerdem betreibt die TUI Group in Ägypten 34 Hotels (Stand Dezember 2015), darunter 22 gemanagte Hotels, neun eigene Hotels, ein gepachtetes Hotel und zwei Franchisebetriebe. Die meisten der eigenen und geleasteten Hotels werden in Joint Ventures betrieben. Elf der Hotels in Ägypten befinden sich in Sharm El Sheikh.

Wir sind weiterhin erfreut über die Buchungsentwicklung und die Ertragsstärke von TUI Cruises und Hapag-Lloyd Cruises, wobei erstere den Flottenausbau durch die Indienststellung der Mein Schiff 4 im Juni 2015 widerspiegelt.

* Auf der Grundlage konstanter Wechselkurse für das Ergebnis im laufenden Jahr und im Vorjahr basierend auf der aktuellen Konzernstruktur

<u>Buchungsentwicklung¹</u>		<u>Winter 2015/16</u>		
Veränd. ggü. Vj.%	Durchschnitts- reisepreis²	Gesamt- umsatz²	Gäste- zahl²	Verkauftes Programm (%)
Region Nord	+3	+5	+2	81
UK	+1	+5	+3	76
Nordische Länder	+6	+7	Unverändert	93
Region Zentral	+6	+3	-3	83
Deutschland	+5	+2	-3	82
Region West	-1	Unverändert	+1	82
Benelux	Unverändert	+3	+2	81
Quellmärkte Gesamt	+3	+3	Unverändert	82
Hotelbeds Group - Bettenbank³	+6	+18	+11	n/a

¹ Stand 31. Januar 2016 (auf Basis konstanter Wechselkurse)

² Diese Kennzahlen umfassen sämtliche Kunden, ungeachtet einer etwaigen Ausfallgefährdung

³ Umsatz bezieht sich auf den vermittelten Umsatz (TTV), Gästezahl bezieht sich auf Übernachtungen

In Großbritannien beträgt der Buchungszuwachs 3 %. Die Durchschnittspreise liegen um 1 % über Vorjahr. Der Anstieg auf der Langstrecke wurde teilweise durch niedrigere Kerosinpreise und die Folgen des schwächeren Euro auf die Kosten der Unterkünfte aufgewogen. Aktuell ist das Winterprogramm zu 76 % gebucht. Der Volumenzuwachs wird hauptsächlich von der Langstrecke getrieben. Hier liegen die Buchungen derzeit insgesamt um 16 % über Vorjahr. Wachstum wird bei der Nachfrage nach Mexiko, in die Dominikanische Republik und nach Jamaica erzielt; außerdem wurde Costa Rica neu in das Programm aufgenommen. Auf der Kurz- und Mittelstrecke liegen die Buchungen um 1 % über Vorjahr, trotz der rückläufigen Nachfrage nach Ägypten, die wir durch die Anpassung unserer Veranstalterprogramme sowie die Umschichtung unserer Kapazitäten in alternative Zielgebiete ausgleichen konnten.

In den Nordischen Ländern liegen die Buchungen auf Vorjahresniveau. Seit unserem letzten Buchungsupdate haben sich die Buchungsstände gut entwickelt. Bisher ist das Winterprogramm zu 93 % gebucht. Mit einem Zuwachs von 6 % entwickeln sich die Durchschnittspreise weiterhin gut. Die Margen verbessern sich weiterhin gegenüber dem Vorjahr, insbesondere auf der Kurz- und Mittelstrecke. Die Aufnahme zusätzlicher Riu Hotels in das Angebot der nordischen Quellmärkte erweist sich weiterhin als erfolgreich.

In Deutschland liegen die Buchungen in einem anhaltend wettbewerbsintensiven Marktumfeld um 3 % unter Vorjahr. Bisher ist das Winterprogramm zu 82 % gebucht. Die Durchschnittspreise sind um 5 % gestiegen. Diese Entwicklung spiegelt einen höheren Anteil an Fernreisen (plus 10 %) und einen Anstieg der Unterbringungskosten wider. Die Ergebnisse wurden durch die jüngsten Ereignisse in Ägypten und der Türkei (einem wichtigen Zielgebiet für deutsche Gäste) und dem Anstieg der Flugkapazitäten für Strandurlaub-Destinationen (insbesondere den Kanaren) beeinträchtigt.

In den Benelux-Ländern liegen die Buchungen um 2 % über Vorjahr. Die Durchschnittspreise liegen auf Vorjahresniveau. In den Niederlanden wurden nach der Markenmigration von Arke zu TUI weiterhin starke Buchungseingänge verzeichnet (plus 6 %). In Belgien war die Nachfrage nach den Ereignissen in Tunesien, Paris und Ägypten verhalten.

Die Bettenbank Hotelbeds Group verzeichnet weiterhin einen erheblichen Anstieg beim vermittelten Umsatz (TTV) und den Übernachtungen (Roomnights) für das Winterprogramm mit 18 % bzw. 11 %.

Sommerprogramm 2016

Vor dem Hintergrund der geopolitischen Lage verlaufen die Buchungen für das Sommerprogramm 2016 weiterhin erwartungsgemäß mit einem Anstieg der Buchungen um 1 % und der Durchschnittspreise um 2 % gegenüber Vorjahr. Wir befinden uns noch in einer frühen Phase des Buchungszyklus; bisher sind die Quellmarktprogramme wie im Vorjahr zu etwa 33 % gebucht. In Großbritannien, wo das Programm bislang am stärksten gebucht wurde (41 %), verzeichnen

wir weiterhin gute Buchungseingänge. Hier liegen die Buchungen aktuell um 9 % über Vorjahr. Kurz- und Mittelstreckenziele sowie Kreuzfahrten verkaufen sich gut. In Großbritannien sind die Durchschnittspreise im Vorjahresvergleich um 1 % gefallen. Dies spiegelt die Entwicklung der Inputkosten, inklusive der Treibstoffkosten, wider.

Die Buchungen in allen Quellmärkten in die Türkei liegen aufgrund der anhaltenden geopolitischen Unsicherheiten in der Region aktuell um 40 % unter dem Vorjahr. In der Sommersaison 2015 reisten 14 % unserer Quellmarktkunden in die Türkei. Der Anteil der Türkeireisenden lag in Großbritannien unter und in Deutschland und den Nordischen Ländern über diesem Wert. Auf den Nachfragerückgang haben wir durch Umschichtung unseres Sommerprogramms kurzfristig reagiert. Zudem haben wir unsere Kapazitäten in beliebten und profitablen alternativen Destinationen wie Spanien und Griechenland aufgestockt. Darüber hinaus werden wir mehr Gäste in unsere eigenen Hotelkapazitäten buchen.

TUI Cruises und Hapag-Lloyd Cruises verzeichnen weiterhin starke Buchungsstände und Durchschnittsraten. Die Buchungseingänge für die Mein Schiff 5, die im Juli 2016 in Dienst gestellt wird, entwickeln sich gut.

NETTOVERSCHULDUNG UND LIQUIDITÄT

Die Nettoverschuldung (Finanzmittel abzüglich Finanzschulden) betrug zum 31. Dezember 2015 1.876 Mio. € (30. September 2015: Nettoverschuldung in Höhe von 214 Mio. €). Der Anstieg seit dem Geschäftsjahresende wurde durch übliche saisonalbedingte Cash-Abflüsse bei den Veranstaltern getrieben. Die Nettoverschuldungsposition umfasste 1.042 Mio. € an Finanzmitteln, 225 Mio. € an kurzfristigen Verbindlichkeiten und 2.693 Mio. € an langfristigen Verbindlichkeiten. Wir sind weiterhin zufrieden mit unserer langfristigen Verschuldungs- und Liquiditätsposition. Sie beinhaltet eine externe revolving Bankkreditlinie in Höhe von 1,75 Mio. €, die genutzt wird, um die Saisonalität der Zahlungsflüsse des Konzerns zu steuern. Das Fälligkeitsdatum der revolving Kreditfazilität wurde vor kurzem von Juni 2018 auf Dezember 2020 zu vergleichbaren Bedingungen verlängert.

TREIBSTOFF / FREMDWÄHRUNGEN

Unsere Strategie, den Großteil unseres Treibstoff- und Fremdwährungsbedarfs für zukünftige Saisons wie nachstehend beschrieben abzusichern, wird unverändert fortgesetzt. Sie verschafft uns Kostensicherheit bei der Planung unserer Kapazitäten und Preise. Die nachstehende Tabelle zeigt den jeweiligen Anteil unserer geplanten Bedarfe an den Währungen Euro und US-Dollar sowie an Flugbenzin, der aktuell in unserem ehemaligen TUI Travel-Geschäft abgesichert ist, das über 90 % unseres Währungs- und Treibstoffrisikos des Konzerns ausmacht.

	Winter 2015/16	Sommer 2016
Euro	96%	83%
US Dollar	92%	76%
Treibstoff	96%	85%
Stand 29. Januar 2016		

AUSBLICK

Mit einem Anstieg unseres bereinigten EBITA um 7,2 %* im Q1 2015 / 16 sind wir gut in das Jahr gestartet. Dies stellt die Robustheit unseres integrierten Modells unter Beweis, das uns geholfen hat, die Folgen der geopolitischen Unruhen und die Herausforderungen, vor denen wir gelegentlich in bestimmten Quellmärkten und Zielgebieten stehen, aufzufangen. Die Nachfrageverschiebung zu Lasten der Türkei stellt für das Sommerprogramm 2016 eine Herausforderung dar. Wir haben Maßnahmen ergriffen, um die Folgen zu mildern. Die Realisierung der Synergieeffekte aus dem Zusammenschluss und der Veräußerungsprozess für die Hotelbeds Group verlaufen nach Plan. Auf der Grundlage aktueller Buchungsstände und der Robustheit unseres integrierten Geschäftsmodells erwarten wir weiterhin im Geschäftsjahr 2015/16 ein Wachstum bei unserem bereinigten operativen Ergebnis von mindestens 10 %*.

VIDEOKONFERENZ UND WEBCAST FÜR INVESTOREN UND ANALYSTEN

Ein vollständiges Exemplar unseres Q1-Berichts 2015/16 ist auf unserer Website zugänglich:

<http://www.tuigroup.com/de-de/investoren>

Eine Telefonkonferenz und ein Webcast für Investoren und Analysten findet heute um 7.15 Uhr GMT / 8.15 Uhr MEZ statt.

Die Einwahlnummern lauten wie folgt:

Deutschland: +49 30 232 531 428

UK: +44 203 367 9216
Frankreich: +33 172 253 098
USA: +1 408 916 9838

Eine zugehörige Präsentation und der Quartalsbericht stehen um 6.00 Uhr GMT / 7.00 Uhr MEZ auf unserer Website zur Verfügung. Unter dem gleichen Link finden sich auch nähere Angaben zu dem Webcast:

<http://www.tuigroup.com/de-de/investoren>

PRE-CLOSE TRADING UPDATE

Am Donnerstag, 31. März 2016, wird die TUI Group ein Buchungsupdate bekanntgeben.

HALBJAHRESBERICHT 2015/16

Die TUI Group veröffentlicht am Mittwoch, 11. Mai 2016, ihren Halbjahresbericht.

ANFRAGEN VON ANALYSTEN UND INVESTOREN

Andy Long, Director of Investor Relations

Tel: +44 (0)1293 645 831

Ansprechpartner für Analysten und Investoren in Großbritannien, Irland sowie Nord- und Südamerika

Sarah Coomes, Head of Investor Relations

Tel: +44 (0)1293 645 827

Hazel Newell, Investor Relations Manager

Tel: +44 (0)1293 645 909

Jacqui Smith, PA to Andy Long

Tel: +44 (0)1293 645 831

Ansprechpartner für Analysten und Investoren in Kontinentaleuropa, im Nahen Osten und in Asien

Nicola Gehrt, Head of Investor Relations

Tel: +49 (0)511 566 1435

Ina Klose, Investor Relations Manager

Tel: +49 (0)511 566 1318

Jessica Blinne, Team Assistant

Tel: +49 (0)511 566 1425