

TUI GROUP

TUI erzielte im Q3 2026 eine resiliente operative Performance im Vergleich zum Rekordquartal des Vorjahres¹ und erreichte ein bereinigtes EBIT in Höhe von 234,6 Mio. € (zu konstanten Wechselkursen). Das Ergebnis beinhaltet Auswirkungen geopolitischer Unsicherheiten und Einmaleffekte. Vor dem Hintergrund eines starken operativen Geschäfts und der erfolgreichen Umsetzung unserer strategischen Transformation bestätigen wir unsere Prognose für ein bereinigtes EBIT zwischen 1,1 Mrd. € und 1,4 Mrd. €.

- **Das bereinigte EBIT des Konzerns entwickelte sich im Q3 2026 resilient** im Vergleich zum Rekordvorjahr¹ und lag bei **233,8 Mio. €** (-86,8 Mio. €) bzw. 234,6 Mio. € (-86,1 Mio. €) zu konstanten Wechselkursen (Q3 2025: 320,6 Mio. €). Die Entwicklung wurde durch die erhöhte geopolitische Unsicherheit mit Auswirkungen auf das Buchungsverhalten sowie durch Einmaleffekte in Höhe von 20 Mio. € infolge des Iran-Kriegs beeinflusst. Die Segmente im Q3 2026 im Überblick:
 - Das Segment Hotels & Resorts zeigte eine robuste Nachfrage und profitierte von höheren Durchschnittsraten. Das bereinigte EBIT betrug 122,7 Mio. € und war von geopolitischen Entwicklungen beeinflusst, die unser Portfolio im östlichen Mittelmeerraum, in Mexiko und in der Karibik betrafen.
 - Im Segment Kreuzfahrten stützen die starke Nachfrage nach unseren Marken in UK und Deutschland die operative Entwicklung. Das bereinigte EBIT belief sich trotz Einmaleffekten in Höhe von 20 Mio. € im Zusammenhang mit dem Iran-Krieg auf 132,4 Mio. €.
 - TUI Musement steigerte das bereinigte EBIT auf 22,7 Mio. € und profitierte dabei von einem verbesserten B2B-Geschäft sowie operativen Effizienzsteigerungen.
 - Im Bereich Märkte + Airline lag das bereinigte EBIT bei -17,4 Mio. €. Die Entwicklung reflektierte eine infolge geopolitischer Unsicherheiten schwächere Nachfrage sowie einen erhöhten Kostendruck. Durch ein diszipliniertes Kapazitäts- und Yield-Management konnten wir wettbewerbsfähige Preise aufrechterhalten und unser Geschäft in einem herausfordernden Marktumfeld mit höheren Treibstoffkosten und zusätzlichen Kapazitäten im Markt steuern.
- **Ohne die Einmaleffekte aus dem Iran-Krieg und dem Hurrikan in Jamaika in Höhe von insgesamt 81 Mio. € erhöhte sich das bereinigte EBIT in den ersten neun Monaten 2026 um 35 Mio. € bzw. um 40 Mio. € zu konstanten Wechselkursen**, was die zugrunde liegende Stärke des Geschäfts verdeutlicht. Unter Berücksichtigung dieser Einmaleffekte lag das bereinigte EBIT mit 118,3 Mio. € (-46,4 Mio. €) bzw. mit 123,2 Mio. € (-41,4 Mio. €) zu konstanten Wechselkursen im Rahmen der Erwartungen.
- **Die Kundenzahl des Konzerns erreichte im Q3 2026 9,9 Mio. (-3 %)**. Die Entwicklung reflektierte eine erhöhte Unsicherheit der Kunden im Bereich Märkte + Airline infolge des Iran-Kriegs.
- **Die Nettoverschuldung lag zum 30. Juni 2026 bei 2,3 Mrd. €** (30. Juni 2025: 1,9 Mrd. €). Die Veränderung um 0,4 Mrd. € war im Wesentlichen auf Effekte im Working Capital zurückzuführen. Hierzu zählten insbesondere geringere Vorauszahlungen von Kunden infolge eines kurzfristigeren Buchungsverhaltens.
- **Die Buchungen im Q4 im Bereich Urlaubserlebnisse² unterstreichen die starke Nachfrage nach unserem differenzierten Produktportfolio** – trotz eines von geopolitischen Unsicherheiten geprägten Umfelds. Unterstützt wird diese Entwicklung durch die konsequente Umsetzung unserer Wachstumsstrategie und den damit verbundenen Kapazitätsausbau.
- **Der gebuchte Umsatz des Bereichs Märkte + Airline³ für den Sommer 2026 hat sich seit unserem Update vom Mai 2026 um 1 Prozentpunkt auf -6 % verbessert**. Die positive Buchungsentwicklung der vergangenen vier Wochen mit gebuchten Umsätzen von +7 % über dem Vorjahresniveau unterstreicht die weiterhin resiliente Nachfrage nach Urlaubsreisen sowie die Stärke unseres differenzierten Produktportfolios. Unsere disziplinierte Kapazitäts- und Preisstrategie unterstützt die operative Entwicklung weiterhin. **Für die Wintersaison 2026/27 befinden sich die Buchungen noch in einem frühen Stadium. Die Visibilität ist aktuell noch begrenzt**. Kunden konzentrieren sich derzeit weiterhin auf ihre Sommerurlaubsplanung und buchen nach wie vor kurzfristiger.
- Wir erzielen **weiterhin Fortschritte bei der Nachhaltigkeit** in unseren Geschäftsbereichen, unter anderem durch den Einsatz emissionsärmerer Flugzeuge und Kreuzfahrtschiffe. Im Juni 2026 haben wir die **Mein Schiff Flow in Betrieb genommen, die ebenso wie die Mein Schiff Relax mit e-LNG betrieben werden soll**. Darüber hinaus hat TUI Airline im Geschäftsjahr **14 neue Boeing 737 Max-Flugzeuge** in die Flotte aufgenommen, die im Vergleich zu den Flugzeugen, die sie ersetzen, um rund

¹ Seit dem Merger von TUI AG und TUI Travel PLC im Jahr 2014

² Buchungszahlen für das Geschäftsjahr 2026 im Vergleich zu den Buchungszahlen für das Geschäftsjahr 2025. Stand 2. August 2026

³ Buchungsstand vom 2. August 2026. Eingeschlossen sind sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten.

15 % treibstoffeffizienter sind. Diese Initiativen unterstützen unser Ziel, bis 2050 Netto-Null-Emissionen in unseren Geschäftstätigkeiten und entlang unserer Lieferkette zu erreichen.⁴

WESENTLICHE FINANZKENNZAHLEN FÜR DAS GJ26 Q3/9M

In Mio. €	GJ26 Q3	GJ25 Q3	YoY	GJ26 9M	GJ25 9M	YoY
Umsatz	5.822	6.200	-378	14.384	14.776	-392
Bereinigtes EBIT	234	321	-87	118	165	-46
Bereinigtes EBIT zu konstanten Wechselkursen	235	321	-86	123	165	-41
Berichtetes EBIT	219	335	-116	86	161	-75
Ergebnis vor Steuern	153	270	-116	-139	-84	-55
Anteil der Aktionäre der TUI AG am Konzernergebnis	82	183	-101	-243	-208	-34
Bereinigtes Ergebnis pro Aktie	+€0,19	+€0,33	-€0,14	-€0,47	-€0,43	-€0,03
Nettoverschuldung (IFRS 16)	2.348	1.911	437	2.348	1.911	437

Details zu Umsatz und bereinigtem EBIT der Segmente finden Sie am Ende dieser Mitteilung.

GESCHÄFTSENTWICKLUNG IN DEN SEGMENTEN

Urlaubserlebnisse – Anstieg des bereinigten EBIT im Q3 um +4 Mio. € exklusive Effekte aus dem Iran-Krieg, verdeutlicht solide Nachfrage

Im Q3 2026 erhöhte sich der Gesamtumsatz im Segment **Hotels & Resorts** um 1,4 % auf 556,0 Mio. € (Q3 2025: 548,4 Mio. €). Die Nachfrage im Kerngeschäft blieb solide und wurde durch höhere Durchschnittsraten unterstützt. Das bereinigte EBIT erreichte 122,7 Mio. € und lag damit um 8,1 Mio. € unter dem Vorjahreswert bzw. betrug zu konstanten Wechselkursen 121,1 Mio. € und lag damit um 9,6 Mio. € darunter (Q3 2025: 130,8 Mio. €). Die Abweichung ist im Wesentlichen auf die Auswirkungen geopolitischer Entwicklungen auf unser Portfolio im östlichen Mittelmeerraum, in Mexiko und in der Karibik zurückzuführen. Die gefragtesten Destinationen im Berichtsquartal waren Spanien einschließlich der Balearen und der Kanaren sowie Griechenland.

Die verfügbaren Bettennächte stiegen im Q3 2026 um 1 % auf 11,3 Mio., die Durchschnittsrate erreichte erneut 88 €. Die Auslastung lag mit 77 % um 5 Prozentpunkte unter dem Vorjahreswert. Dies reflektiert die Anlaufphase neuer Hotels sowie die schwächere Nachfrage im östlichen Mittelmeerraum und in Mexiko vor dem Hintergrund des geopolitischen Umfelds.

Nach der Beendigung von 33 Managementverträgen in Kuba umfasst unser weltweites Hotelfportfolio nun insgesamt 442 Häuser und damit 16 weniger als im Vorjahr (Q3 2025: 458 Hotels). Auf vergleichbarer Basis, also ohne Berücksichtigung dieser kubanischen Hotels, haben wir unser Portfolio durch zusätzliche Hotels im Eigentum und im Managementbetrieb um 17 Hotels erweitert.

Der Umsatz im Segment **Kreuzfahrten** im Q3 2026, der nur Marella Cruises umfasst, erhöhte sich auf 238,6 Mio. € und lag damit um 3,4 % über dem Vorjahreswert. Zu konstanten Wechselkursen stieg der Umsatz um 5,5 % auf 243,5 Mio. € (Q3 2025: 230,8 Mio. €). Die operative Entwicklung des Segments blieb robust. Bei Herausrechnung der Auswirkungen des Iran-Kriegs stieg das bereinigte EBIT um 10 Mio. €. Diese Entwicklung wurde durch eine um 1 Prozentpunkt auf 99 % gestiegene Auslastung (Vorjahr 98 %) sowie eine um 4 % auf 252 € erhöhte Durchschnittsrate unterstützt und unterstreicht die anhaltend hohe Nachfrage nach unserem differenziertes Kreuzfahrtangebot in den deutschsprachigen und britischen Märkten. Insgesamt erreichte das bereinigte EBIT des Segments, einschließlich des Equity-Ergebnisses von TUI Cruises, 132,4 Mio. € und lag damit um 10,3 Mio. € unter dem Vorjahreswert (Q3 2025: 142,7 Mio. €). Auf Basis konstanter Wechselkurse betrug das bereinigte EBIT 133,4 Mio. € und lag damit um 9,3 Mio. € unter dem Vorjahreswert. Das EAT (Earnings after tax, Ergebnis nach Steuern) von TUI Cruises belief sich auf 84,2 Mio. €, und lag damit um 14,0 Mio. € unter dem Vorjahreswert (Q3 2025: 98,2 Mio. €). Die Ergebnisabweichung ist auf negative Effekte von rund 20 Mio. € aus entgangenen Umsätzen und damit verbundene Kosten

⁴ Weitere Details zu unserer Sustainability Agenda finden sich in unserem Geschäftsbericht 2025 sowie auf unserer Website [TUI Group - Verantwortung & Positionen | TUI Group – Einer der weltweit führenden Touristikkonzerne](#)

zurückzuführen. Diese resultierten aus der Streichung von Reiserouten zwischen April und Mitte Mai 2026, da die Mein Schiff 4 und die Mein Schiff 5 bis zur Gewährleistung einer sicheren Passage in Häfen der Golfregion verblieben.

Im Q3 2026 stieg der Umsatz im Segment **TUI Musement** um 8,6 % auf 307,9 Mio. € (Q3 2025: 283,5 Mio. €) bzw. um 8,0 % auf 306,1 Mio. € zu konstanten Wechselkursen, getragen von unserem B2B-Geschäft, insbesondere mit Kreuzfahrtgesellschaften. Zusammen mit operativen Effizienzsteigerungen führte dies zu einer Verbesserung des bereinigten EBIT um 2,0 Mio. € auf 22,7 Mio. € (Q3 2025: 20,8 Mio. €). Auf Basis konstanter Wechselkurse erhöhte sich das bereinigte EBIT im Vorjahresvergleich um 2,2 Mio. € auf 23,0 Mio. €.

Im Q3 2026 wurden insgesamt 7,9 Mio. Gästetransfers in den Destinationen durchgeführt. Dies entspricht einem Rückgang um 10 % und spiegelt die geringere Nachfrage von Reiseveranstaltern infolge des aktuellen geopolitischen Umfelds wider (Q3 2025: 8,8 Mio.). Demgegenüber blieb die Nachfrage nach unserem weltweiten Erlebnisangebot mit 2,9 Mio. verkauften Erlebnissen robust und lag damit annähernd auf Vorjahresniveau (Q3 2025: 3,0 Mio.). Das vom TUI Musement-Team entwickelte, differenzierte Produktportfolio sehen wir als wesentlichen Wettbewerbsvorteil und Treiber für profitables Wachstum. Dazu gehören insbesondere die markenprägenden TUI Collection-Ausflüge, die stark nachgefragt wurden. Zu den am meisten nachgefragten Produkten zählten die Mallorca-Ganztagestour mit Hafen von Sóller und Kloster Lluc sowie die ganztägige Tour durch Symi mit Besuch des Klosters Panormitis in Griechenland.

Märkte + Airline – Bereinigtes EBIT in Höhe von 67 Mio. € unter Vorjahr. Resilientes Ergebnis in einem von geopolitischen Unsicherheiten und Kostendruck geprägten Umfeld

Im Q3 2026 lag der Umsatz des Segments **Märkte & Airline** mit 4.957,1 Mio. € um 7,9 % unter dem Vorjahreswert (Q3 2025: 5.382,3 Mio. €), bzw. zu konstanten Wechselkursen mit 4.990,8 Mio. € um 7,3 % darunter. Das Ergebnis spiegelt eine schwächere Nachfrage infolge der geopolitischen Entwicklungen und des zunehmenden Kostendrucks wider. Durch ein diszipliniertes Kapazitäts- und Yield-Management konnten wir wettbewerbsfähige Preise aufrechterhalten und in einem von höheren Treibstoffkosten und steigenden Kapazitäten gekennzeichneten herausfordernden Marktumfeld eine stabile operative Entwicklung erzielen. Die Gästezahlen erreichten 5.488 Tsd. und lagen damit um 6,4 % unter dem Vorjahreswert (Q3 2025: 5.866 Tsd.). Wie in diesem Marktumfeld erwartet, lag das bereinigte EBIT mit -17,4 Mio. € unter dem Vorjahresniveau (-67,0 Mio. €). Auf Basis konstanter Wechselkurse betrug das bereinigte EBIT -16,2 Mio. €, eine Abweichung um -65,9 Mio. € (Q3 2025: 49,7 Mio. €).

Vor diesem Hintergrund konzentrieren wir uns weiterhin auf die planmäßige Umsetzung unserer Transformation hin zu unserer Vision eines integrierten, kuratierten Freizeitmarktplatzes. Neben unserer Right-Risk-Strategie liegt unser Fokus darauf, Wachstum durch dynamische Produkte und App-basierte Umsätze zu steigern und zugleich Effizienzverbesserungen durch eine schlankere und effizientere Organisation zu erzielen. Im Q3 2026 blieben die Umsätze mit dynamisch paketierte Produkten, die unseren Kunden mehr Auswahl und Flexibilität bieten, mit 1,0 Mio. auf Vorjahresniveau (Q3 2025: 1,0 Mio.). Die durchschnittliche Flugauslastung blieb mit 91 % auf einem hohen Niveau (Q3 2025: 94 %) und unterstreicht die hohe Auslastung trotz eines schwächeren Nachfrageumfelds.

Unsere Umsätze werden zunehmend über digitale Kanäle erzielt und erfasst. Unsere App-Strategie spielt dabei eine zentrale Rolle bei der Skalierung personalisierter, dynamischer Angebote. Im Q3 2026 entfielen 12,9 % des Gesamtumsatzes auf App-Verkäufe. Dies entspricht einem starken Anstieg um 20 % gegenüber Q3 2025. Alle unsere Quellmärkte berichteten einen höheren Anteil App-basierter Umsätze.

Kurz- und Mittelstreckendestinationen, insbesondere Griechenland sowie Spanien einschließlich der Balearen und Kanaren, waren im Q3 2026 die am meisten nachgefragten Reiseziele unserer Kunden.

AKTUELLE BUCHUNGSLAGE URLAUBSERLEBNISSE⁵

Starke Nachfrage trotz geopolitischer Unsicherheiten

Buchungen

Veränderung in % zum Vorjahr	Q4 2026
Hotels & Resorts⁶	
Verfügbare Bettenächte	+ 1
Auslastung (Veränderung in %Pkt.)	- 3
Durchschnittsrate pro Tag	+ 4
Kreuzfahrten	
Verfügbare Passagiertage	+ 12
Auslastung (Veränderung in %Pkt.)	+ 0
Durchschnittsrate pro Tag	+ 2
TUI Musement	
Verkaufte Erlebnisse	Anstieg im niedrigen/mittleren einstelligen Bereich
Transfers	Entwicklung im Einklang mit dem Geschäft und den Gästezahlen von Märkte + Airline

- **Hotels & Resorts** – Während wir unser Angebot weltweit weiter ausbauen, bleibt die Nachfrage nach unserem breit aufgestellten und differenzierten Portfolio an Urlaubshotelmarken weiterhin hoch und trägt zu höheren Durchschnittsraten bei. Für das Q4 2026 erwarten wir einen Anstieg der verfügbaren Bettenächte⁷ um 1 %. Der weitere Ausbau unseres Portfolios kompensiert dabei teilweise die niedrigeren Kapazitäten in der Karibik infolge des Hurrikans in Jamaika. Die gebuchte Auslastung⁸ hat sich gegenüber unserem letzten Update vom 13. Mai 2026 auf -3 Prozentpunkte verbessert, unterstützt durch höhere Durchschnittsraten im östlichen Mittelmeerraum. Das aktuelle Niveau spiegelt die Auswirkungen des Hurrikans in Jamaika, die Effekte aus dem geopolitischen Umfeld auf Hotels im östlichen Mittelmeer sowie die Anlaufphase neu eröffneter Hotels wider. Die gebuchte Durchschnittsrate pro Tag⁹ liegt bei unseren wichtigsten Marken mit 4 % im Plus und unterstreicht die anhaltend hohe Nachfrage. Für die Sommersaison werden voraussichtlich Spanien inklusive der Balearen und Kanaren und Griechenland die gefragtesten Destinationen sein.
- **Kreuzfahrten** – Investitionen in Neubauten über unser Joint Venture TUI Cruises tragen zu unserem strategischen Wachstum bei und ermöglichen es uns, von den aktuellen Marktbedingungen zu profitieren. Mit der Indienststellung der Mein Schiff Flow im Juni 2026 wuchs die Flotte auf insgesamt 19 Schiffe. Diese zusätzliche Kapazität ist ein wesentlicher Treiber für den Anstieg der verfügbaren Passagiertage¹⁰ um 12 %. Aufgrund der hohen Nachfrage und des breit diversifizierten Kreuzfahrtangebots unserer Marken erwarten wir trotz der höheren Kapazitäten eine gebuchte Auslastung¹¹ auf Vorjahresniveau sowie einen Anstieg der Durchschnittsrate pro Tag¹² über die gesamte Flotte um 2 % im Q4 2026. Unser Sommerprogramm umfasst ein breites Spektrum an Routen. Mein Schiff wird mit einer Flotte von neun Schiffen das Mittelmeer, Nordeuropa und die Ostsee bedienen. Die Routen von Hapag-Lloyd Cruises konzentrieren sich mit fünf Schiffen auf Europa, das Mittelmeer, Nordamerika sowie Reisen in die Arktis. Marella wird mit fünf Schiffen Kreuzfahrten im gesamten Mittelmeerraum anbieten.
- **TUI Musement** – Wir setzen die Expansion unseres Geschäfts mit Touren und Aktivitäten planmäßig fort. Ziel ist ein globales Wachstum durch ein erweitertes Portfolio an Erlebnissen in Strand- und Städtedestinationen. Darüber hinaus ergänzen wir unser Angebot um die neue Kategorie mehrtägiger Erlebnisse. Für das Q4 2026 erwarten wir ein Wachstum unseres Geschäfts mit Erlebnissen, welches Exkursionen, Aktivitäten und Tickets umfasst, im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich. Für das Transfersgeschäft für unsere Veranstaltergäste in den Zielgebieten erwarten wir für das Q4 eine Entwicklung im Einklang mit den erwarteten Gästezahlen im Bereich Märkte + Airline.

⁵ Buchungszahlen für das Geschäftsjahr 2026 im Vergleich zu den Buchungszahlen für das Geschäftsjahr 2025. Stand 2. August 2026

⁶ Basierend auf eigenen und gepachteten Hotels der TUI Group

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

⁸ Anzahl belegter Betten dividiert durch verfügbare Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels

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

¹⁰ Anzahl Betriebstage multipliziert mit verfügbaren Betten auf den eingesetzten Schiffen

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 (Kreuzfahrten und Hotels)

AKTUELLE BUCHUNGSLAGE MÄRKTE + AIRLINE¹³

Sommer 2026 mit kurzfristigeren Buchungen, positive Entwicklung in den letzten vier Wochen mit gebuchtem Umsatz über Vorjahresniveau

Sommer 2026 vs. Sommer 2025

Gebuchter Umsatz (Veränderung in %)	- 6
Gebuchter Umsatz in den letzten 4 Wochen (Veränderung in %)	+ 7

- In unseren Quellmärkten wurden bislang insgesamt 12,2 Mio. Buchungen verzeichnet, darunter 4,3 Mio. seit dem Update vom 13. Mai 2026. Ein wesentlicher Teil des Sommerprogramms ist bereits verkauft. Die Nachfrage nach Kurz- und Mittelstreckenzielen bleibt der wichtigste Treiber der Buchungsentwicklung, wobei Griechenland sowie Spanien einschließlich der Balearen und Kanaren zu den gefragtesten Reisezielen zählen.
- Der gebuchte Umsatz liegt bei -6 % im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreswert und hat sich seit unserem Update im Mai um 1 Prozentpunkt verbessert, nachdem die anfängliche Verunsicherung infolge des Iran-Kriegs spürbar nachgelassen hatte. Während Kunden weiterhin kurzfristiger buchen, entwickelte sich die Buchungsdynamik in den vergangenen vier Wochen mit +7 % positiv, und der gebuchte Umsatz lag über dem Vorjahreswert. Dies unterstreicht die anhaltende Nachfrage nach Urlaubsreisen und die Positionierung unseres Produktangebots in der Hauptsaison. Diese Entwicklung stärkt unser Vertrauen in die Robustheit unseres Geschäftsmodells und unsere Fähigkeit, auch im aktuellen Marktumfeld erfolgreich zu agieren. Die Entwicklung profitierte zudem von unserer Strategie, die eigenen Risikokapazitäten um 5 % zu reduzieren, die Auslastung der verbleibenden Kapazitäten zu priorisieren und gleichzeitig Wachstum über dynamisch paketierte Produkte und App-Verkäufe zu erzielen. Unterstützt wird dieser Ansatz durch unseren Fokus auf Kostensenkungen und Effizienzsteigerungen, während sich die Durchschnittspreise in einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld weiterhin stabil entwickeln.
- In unseren beiden Schlüsselmärkten liegt der gebuchte Umsatz bei -8 % in UK und bei -3 % in Deutschland.

Erster Ausblick auf den Winter 2026/27:

- Für die Wintersaison 2026/27 befinden sich die Buchungen noch in einem frühen Stadium. Die Visibilität ist aktuell noch begrenzt. Kunden konzentrieren sich derzeit weiterhin auf ihre Sommerurlaubsplanung und buchen nach wie vor kurzfristiger.
- Im Rahmen unserer regulären Berichterstattung werden wir am 22. September 2026 im Pre-Close Trading Update einen umfassenderen Überblick über die Saison geben.

FREMDWÄHRUNGEN/TREIBSTOFF

Wir verfolgen die Strategie, den Großteil unseres Treibstoff- und Fremdwährungsbedarfs für zukünftige Saisons abzusichern. Unsere Hedging-Strategie verschafft uns weitgehende Kostensicherheit bei der Planung unserer Kapazitäten und Preise. Die nachstehende Tabelle zeigt den jeweiligen Anteil unserer Bedarfe an den Währungen Euro und US-Dollar sowie an Flugbenzin, der aktuell im Bereich Märkte + Airline abgesichert ist.

Fremdwährungen/Treibstoff

%	Sommer 2026	Winter 2026/27	Sommer 2027
Euro	88	69	36
US-Dollar	86	74	44
Treibstoff (Flugbenzin)	96	63	39

Stand: 2. August 2026

¹³ Buchungsstand vom 9. August 2026. Eingeschlossen sind sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten

Update zu strategischen Entwicklungen

Die im Geschäftsbericht 2025¹⁴ erläuterte Strategie der TUI Group wird konsequent fortgeführt. Die Grundlagen sind gelegt, mit der Umsetzung sind wir auf Kurs. Die aktuellen Entwicklungen:

- **KI-gestützte digitale Transformation** – Die Einführung einer semantischen Suche für alle UK Nutzer der Website stellt einen wichtigen Meilenstein für das digitale Kundenerlebnis dar. Die KI-gestützte Funktion ermöglicht es Kunden, ihren Wunschurlaub in eigenen Worten zu beschreiben, anstatt ausschließlich vorgegebene Suchfilter zu nutzen. Die Nutzung der Funktion führt zu signifikant höheren Konversionsraten und steigert die Search-to-Book-Conversion um 28 %. Gleichzeitig stärkt sie die direkten digitalen Vertriebskanäle.
- **Erweiterung der TUI Integration in ChatGPT** – Weitere Verbesserungen der Kundenerlebnisse wurden durch den Ausbau der TUI Integration in ChatGPT erzielt. Aufbauend auf dem im Mai 2026 angekündigten Start umfasst die Erweiterung neue Funktionen wie Kartenansichten sowie die Suche nach mehreren Reisezielen. Dadurch werden die Such- und Buchungsmöglichkeiten für Kunden ausgebaut. Diese Maßnahmen unterstützen die KI-First-Strategie von TUI und die fortlaufende digitale Transformation.
- **Neue Asset-Right-Hotels erweitern das globale Hotelportfolio** – Das Wachstum unseres Hotelportfolios wird durch eine Projektpipeline unterstützt, die unsere differenzierten Hotelmarken über Joint Ventures sowie Management- und Franchiseverträge in neue und bestehende Destinationen bringt. Im Q3 2026 kamen netto zehn Hotels in Europa, Asien und der Karibik dazu, darunter das TUI Blue Paro Taktsang, unser erstes Hotel in Bhutan. Weitere Eröffnungen umfassen das TUI Blue Han River in Vietnam im August sowie das Riu Palace Phuket in Thailand später im Jahr. Darüber hinaus wird TUI Blue mit Hotels in Sevilla und Lissabon erstmals in europäischen Städtedestinationen vertreten sein. TUI Suneo, unsere Marke für preisbewusste Urlauber, setzt ihre internationale Expansion fort. Acht weitere Hotels wurden unter Vertrag genommen, darunter die ersten Häuser der Marke in Kambodscha und Malaysia.
- **Neuer TUI Smiles Rewards Club übertrifft Erwartungen** – Nach der Einführung des TUI Smiles Rewards Club in den nordischen Märkten wurde das Programm im Juli 2026 auch in UK und Irland eingeführt. Die Plattform bietet Mitgliedern Preisvorteile und zusätzliche Leistungen. Sie soll die direkte Kundenbeziehung stärken, Wiederholungsbuchungen unterstützen und so die Kundenbindung in einem unserer größten Quellmärkte erhöhen. In den letzten vier Monaten haben sich bereits rund 600 Tsd. Mitglieder registriert. Der Weiterempfehlungswert der Mitglieder liegt bei 92 % und unterstreicht die hohe Kundenbindung sowie die hohe Akzeptanz des Programms.
- **Kapazitätsausbau im Kreuzfahrtgeschäft unterstützt die hohe Nachfrage** – Unser Kreuzfahrtgeschäft entwickelt sich weiterhin positiv. Dies zeigt sich in hohen Kundenzufriedenheitswerten und einer soliden Buchungslage mit einer Auslastung über 100 %. Das Wachstum wird durch Investitionen in Neubauten über unser Joint Venture TUI Cruises getragen. Nach den Indienststellungen der Mein Schiff 7 (Juni 2024) und der Mein Schiff Relax (März 2025) wurde im Juni 2026 die Mein Schiff Flow in die Flotte aufgenommen. Damit umfasst die TUI Flotte nun insgesamt 19 Schiffe. Die Mein Schiff Flow erhöht die Kapazität der Mein Schiff-Flotte um 18 %. Die Resonanz der Kunden war in den ersten Wochen nach der Inbetriebnahme sehr positiv; der NPS-Wert der Mein Schiff Flow liegt bei 95. Mein Schiff Flow und Mein Schiff Relax verfügen jeweils über etwas mehr als 4.000 Betten (Lower Berths). Die neuen Schiffe tragen dazu bei, die weiterhin hohe Nachfrage im europäischen Kreuzfahrtmarkt zu bedienen. Für beide Schiffe wird jeweils ein jährlicher EAT-Beitrag (Ergebnis nach Steuern, Earnings after tax) für TUI von 35 Mio. € bis 40 Mio. € erwartet, dies entspricht dem 50 %-Anteil von TUI. Die erste Sommersaison 2026 der Mein Schiff Flow konzentriert sich auf Routen im Mittelmeer. Für die Wintersaison 2026/27 wird das Schiff nach Nordeuropa verlegt. Weitere geplante Schiffsübernahmen in den Geschäftsjahren 2031 und 2033 unterstreichen die langfristigen Wachstums- und Ertragsperspektiven des Kreuzfahrtsegments.
- **Einführung von Sundeals erschließt zusätzliche Kundensegmente** – Mit Sundeals hat TUI im Juli 2026 in UK eine neue, digital ausgerichtete Reisemarke eingeführt. Die Vertriebsplattform richtet sich an das schnell wachsende Segment preisbewusster Urlauber, erweitert die Kundenreichweite von TUI, ergänzt das bestehende Markenportfolio und soll so die Transformation von Märkte + Airline unterstützen.
- **TUIfly.com startet als Plattform für den Direktvertrieb von Flügen** – TUIfly.com ging im Juni 2026 live und markiert einen wichtigen Meilenstein in der Kommerzialisierungsstrategie von TUI Airline, da erstmals ein direkter Vertrieb von Flugleistungen ermöglicht wird. Derzeit bietet die Plattform Flüge unserer deutschen Airline für den Winter 2026/27 mit drei Tarifen, Zusatzleistungen und Sitzplatzreservierungen an. Damit führt TUI Airline erstmals ein harmonisiertes Produktangebot über verschiedene Märkte hinweg ein. Die Plattform soll zur globalen Vertriebsplattform der Airline ausgebaut werden. Im Laufe des Jahres 2026 sollen unsere weiteren Fluggesellschaften angebunden werden, begleitet von einer Ausweitung auf zusätzliche Märkte, Sprachen und Währungen. Dieser Direktvertriebskanal soll die Diversifizierung der Umsätze unterstützen, den Anteil margenstärkerer Direktverkäufe erhöhen und gleichzeitig die Abhängigkeit von externen Buchungsplattformen reduzieren.

¹⁴ Zu Details siehe Abschnitt Strategie der TUI Group im Geschäftsbericht 2025

AUSBLICK FÜR DAS GJ 2026 BESTÄTIGT

Unser Fokus liegt weiterhin auf operativer Exzellenz und profitabilem Wachstum. Unsere bestätigte Prognose berücksichtigt das aktuelle Buchungsumfeld für die Sommersaison und geht davon aus, dass es zu keiner wesentlichen Verschärfung der geopolitischen Spannungen kommt und die Treibstoffversorgung sichergestellt werden kann. Dank unserer starken Finanzposition und einer robusten Bilanz sind wir gut aufgestellt, um das aktuelle Umfeld zu meistern und unsere strategische Transformation weiter umzusetzen. Auf dieser Grundlage bestätigen wir unsere Prognose für das Geschäftsjahr 2026 auf Basis konstanter Wechselkurse wie folgt:

- Wir haben die Umsatzprognose ausgesetzt (Geschäftsjahr 2025: 24.179 Mio. €).
- Wir erwarten ein bereinigtes EBIT zwischen 1,1 Mrd. € und 1,4 Mrd. € (Geschäftsjahr 2025: 1.413 Mio. €).

GJ26 Q3/9M WEBCAST FÜR INVESTOREN & ANALYSTEN

Unsere Quartalsmitteilung für das Geschäftsjahr 2026 und die dazugehörige Ergebnispräsentation finden Sie auf unserer Unternehmenswebsite unter: <https://www.tuigroup.com/de/investoren/veroeffentlichungen/finanzergebnisse?filter=fy26-q3-9m>. Eine Telefonkonferenz und ein Webcast finden heute um 09:00 CEST / 08:00 BST statt. Weitere Details finden Sie auf unserer Website.

GJ26 Q3/9M SEGMENT DETAILS

Umsatz in Mio. €	GJ26 Q3	GJ25 Q3	YoY	GJ26 9M	GJ25 9M	YoY
Hotels & Resorts	313	300	13	880	846	34
Kreuzfahrten	239	231	8	635	620	15
TUI Musement	308	283	24	718	683	36
Urlaubserlebnisse	860	815	45	2.233	2.148	84
Region Nord	2.112	2.339	-226	5,047	5,329	-281
Region Zentral	2.084	2.228	-143	5,226	5,325	-99
Region West	761	816	-56	1,864	1,967	-103
Märkte + Airline	4.957	5.382	-425	12.137	12.620	-483
Alle übrigen Segmente	5	3	2	14	8	6
TUI Group	5.822	6.200	-378	14.384	14.776	-392

Umsatz in Mio. € zu konstanten Wechselkursen	GJ26 Q3	GJ25 Q3	YoY	GJ26 9M	GJ25 9M	YoY
Hotels & Resorts	308	300	8	880	846	34
Kreuzfahrten	244	231	13	658	620	38
TUI Musement	306	283	23	732	683	49
Urlaubserlebnisse	857	815	43	2,269	2,148	121
Region Nord	2,148	2,339	-191	5,172	5,329	-157
Region Zentral	2,083	2,228	-145	5,221	5,325	-104
Region West	761	816	-56	1,864	1,967	-103
Märkte + Airline	4.991	5.382	-391	12.257	12.620	-363
Alle übrigen Segmente	5	3	2	14	8	7
TUI Group	5.853	6.200	-346	14.540	14.776	-236

Bereinigtes EBIT in Mio. €	GJ26 Q3	GJ25 Q3	YoY	GJ26 9M	GJ25 9M	YoY
Hotels & Resorts	123	131	-8	351	384	-33
Kreuzfahrten	132	143	-10	294	273	+21
TUI Musement	23	21	+2	15	6	+8
Urlaubserlebnisse	278	294	-16	659	663	-3
Region Nord	9	45	-36	-223	-225	+2
Region Zentral	-10	25	-36	-104	-65	-38
Region West	-17	-21	+5	-142	-150	+8
Märkte + Airline	-17	50	-67	-469	-440	-28
Alle übrigen Segmente	-27	-23	-3	-72	-58	-15
TUI Group	234	321	-87	118	165	-46

Bereinigtes EBIT in Mio. € zu konstanten Wechselkursen	GJ26 Q3	GJ25 Q3	YoY	GJ26 9M	GJ25 9M	YoY
Hotels & Resorts	121	131	-10	356	384	-28
Kreuzfahrten	133	143	-9	297	273	24
TUI Musement	23	21	2	17	6	11
Urlaubserlebnisse	278	294	-17	670	663	8
Region Nord	10	45	-35	-231	-225	-6
Region Zentral	-10	25	-35	-103	-65	-37
Region West	-16	-21	5	-140	-150	10
Märkte + Airline	-16	50	-66	-474	-440	-34
Alle übrigen Segmente	-27	-23	-3	-73	-58	-15
TUI Group	235	321	-86	123	165	-41

FINANZKALENDER GJ26

Wir freuen uns Ihnen mitteilen zu können, dass die TUI Group am 22. September 2026 ihr Pre-Close Trading Update für das Geschäftsjahr 2026 veröffentlichen wird.

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

Zara Wajahat, Investor Relations Manager

Tel: +44 (0) 158 264 4710

Anika Heske, Investor Relations Manager, Retail Investors & AGM

Tel: +49 (0) 511 566 1425

VORBEHALT BEI ZUKUNFTSGERICHTETEN AUSSAGEN

Diese Zwischenmitteilung enthält verschiedene Prognosen und Erwartungen sowie Aussagen, die die zukünftige Entwicklung der TUI Group und der TUI AG betreffen. Diese Aussagen beruhen auf Annahmen und Schätzungen und können mit bekannten und unbekannten Risiken und Ungewissheiten verbunden sein. Die tatsächlichen Entwicklungen und Ergebnisse sowie die Finanz- und Vermögenslage können daher wesentlich von den geäußerten Erwartungen und Annahmen abweichen. Gründe hierfür können, neben anderen, Marktschwankungen, die Entwicklung der Weltmarktpreise für Rohstoffe sowie der Finanzmärkte und Wechselkurse, Veränderungen nationaler und internationaler Gesetze und Vorschriften oder grundsätzliche Veränderungen des wirtschaftlichen und politischen Umfelds sein. Es ist weder beabsichtigt noch übernimmt TUI eine gesonderte Verpflichtung, zukunftsbezogene Aussagen zu aktualisieren oder sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Erscheinen dieser Zwischenmitteilung anzupassen.