

TUI GROUP

TUI liefert verbessertes 2. Quartal 2025 adjustiert um die Verschiebung der Osterferien in das 3. Quartal¹ – Prognose für das bereinigte EBIT im Geschäftsjahr 2025 bestätigt

- **Der Umsatz im Q2 2025 stieg insgesamt leicht** um + 1,5 % auf 3,7 Mrd. € im Vergleich zum Vorjahr. Die Umsatzentwicklung wurde durch die anhaltend starken Marktdaten des Reise- und Tourismussektors sowie eine robuste Nachfrage gestützt. Wir setzen die Transformation unseres Geschäfts fort, um nachhaltiges Wachstum erzielen zu können.
- **Das bereinigte EBIT der TUI Group im Q2 2025 in Höhe von - 206,8 Mio.€ (Q2 2024: - 188,7 Mio. €) verbesserte sich um + 14 Mio. € bei Herausrechnung des Effekts aus der Verschiebung der Osterferien in das Q3¹ in Höhe von - 32 Mio. €.** Der Bereich Urlaubserlebnisse zeigte eine konstante Entwicklung. Der Bereich Märkte + Airline entwickelte sich im Rahmen der Erwartungen. Inklusive des Ostereffekts lag das bereinigte EBIT mit - 206,8 Mio. € um - 18,1 Mio. € unter dem Vorjahreswert. Die Segmente entwickelten sich im Q2 2025 folgendermaßen:
 - Das Segment Hotels & Resorts erzielte bei Herausrechnung von Bewertungseffekten eine operative Ergebnisverbesserung und knüpft an das Q2-Rekordergebnis² des Vorjahres bei erhöhten Durchschnittsraten an. Bei Einbezug der Bewertungseffekte verringerte sich das bereinigte EBIT um -12,6 %.
 - Das Segment Kreuzfahrten erzielte ein bereinigtes Q2-Rekord-EBIT² mit einem Wachstum um + 16,7 % und profitierte in einem starken Buchungsumfeld von der Indienststellung von zwei neuen Schiffen.
 - TUI Musement verbesserte ihr bereinigtes EBIT um + 26,5 %, unterstützt durch das Wachstum sowohl im Geschäft mit Erlebnissen als auch bei den Transfers im Veranstaltergeschäft in den Destinationen.
 - Das bereinigte EBIT des Bereichs Märkte + Airline lag wie erwartet und im Wesentlichen bedingt durch den Ostereffekt¹ um - 11,9 % niedriger als im Vorjahr.
 - Das bereinigte EBIT im Bereich Alle übrigen Segmente verbesserte sich um + 57,7 % im Wesentlichen bedingt durch Bewertungseffekte.
- Mit dem Anstieg des bereinigten EBIT im H1 2025 um + 27 Mio. € auf - 155,9 Mio. € (bei Herausrechnung des Ostereffekts¹: Anstieg um + 59 Mio. €) und dem Ausblick für das H2 2025 **bestätigen wir unsere Prognose für das Geschäftsjahr 2025, eine Verbesserung von 7 % bis 10 % des bereinigten EBIT zu erzielen.**
- **Insbesondere aufgrund der später im Jahr liegenden Osterferien sanken im Q2 2025 die Gästezahlen im Bereich Märkte + Airline um - 5 % auf insgesamt 2,6 Mio. Gäste.** Die durchschnittliche Flugauslastung reduzierte sich um rund - 3 Prozentpunkte auf 90 %.
- Unsere **Nettoverschuldung verringerte sich zum 31. März 2025 um 0,1 Mrd. € auf 3,0 Mrd. €** (31. März 2024: 3,1 Mrd. €).
- Im März 2025 haben wir unsere **revolvierende Kreditfazilität (RCF) mit Nachhaltigkeitsbezug** als unser zentrales Finanzierungsinstrument **erfolgreich refinanziert**. Die neue RCF mit einer Laufzeit von fünf Jahren und Fälligkeit im März 2030 hat ein Volumen von rund 1,9 Mrd. € verglichen mit der bisherigen Kreditlinie von 1,64 Mrd. € und verbessert unsere finanzielle Flexibilität und Liquiditätsposition.
- Die operative und finanzielle Entwicklung der TUI Group spiegelt sich in einer **weiteren Verbesserung unserer Bonität** wider. S&P und Moody's stuften das Rating im Q2 2025 auf BB- bzw. Ba3 herauf, während Fitch in ihrem ersten Rating der TUI Group deren Bonität mit BB bewertete. Alle Ratingagenturen geben einen stabilen Ausblick.

¹ Ostereffekt: Auswirkung der Verschiebung der Osterferien in das Q3 2025 im Vergleich zum Q2 2024 im Vorjahr

² Seit dem Merger von TUI AG mit TUI Travel in 2014

- Die Buchungsentwicklung bleibt im Bereich Urlaubserlebnisse³ auf Kurs, unterstützt durch höhere Durchschnittsraten im H2 und bei einer erwarteten Auslastung auf Vorjahresniveau. Wir profitieren von einer starken Nachfrage nach unseren differenzierten Produkten.
- Die Entwicklung der Buchungen und der Durchschnittspreise im Bereich Märkte + Airline⁴ für den Winter 2024/25 setzte sich bei einem positiven Kurzfristgeschäft fort. Die Wintersaison schloss mit einem Buchungsplus von + 2 % und einem Anstieg der Durchschnittspreise um + 4 %. Für die Sommersaison 2025 ist ein späteres Buchungsverhalten zu beobachten, das unter anderem auf den Ostereffekt zurückzuführen ist. Der Buchungseingang liegt in einem wettbewerbsintensiven Umfeld bei gegenüber dem Vorjahr gleichbleibenden fest eingekauften Kapazitäten mit - 1 % leicht unter dem Niveau des Vorjahres. Unser Fokus liegt weiterhin auf dynamischem Wachstum, Sicherung der Margen und Senkung der Kosten. Die Durchschnittspreise haben sich um + 4 % verbessert.

WESENTLICHE FINANZKENNZAHLEN FÜR DAS GJ25 Q2/H1

Halbjahr zum 31. März in Mio. €	GJ25 Q2	GJ24 Q2	YoY	GJ25 H1	GJ24 H1	YoY
Umsatz	3.705	3.650	+55	8.577	7.953	+624
Bereinigtes EBIT	-207	-189	-18	-156	-183	+27
Berichtetes EBIT	-217	-195	-22	-174	-195	+20
Ergebnis vor Steuern	-316	-300	-16	-353	-403	+50
Anteil der Aktionäre der TUI AG am Konzernergebnis	-306	-294	-12	-392	-417	+25
Nettoverschuldung (IFRS 16)	-3.011	-3.091	+80	-3.011	-3.091	+80

Bereinigtes EBIT in Mio. €	GJ25 Q2	GJ24 Q2	YoY	GJ25 H1	GJ24 H1	YoY
Hotels & Resorts	103	117	-15	253	208	+45
Kreuzfahrten	82	70	+12	130	105	+25
TUI Musement	-12	-16	+4	-14	-27	+13
Urlaubserlebnisse	172	171	+1	368	285	+83
Region Nord	-182	-165	-17	-271	-215	-55
Region Zentral	-98	-89	-9	-91	-88	-3
Region West	-85	-72	-12	-129	-118	-10
Märkte + Airline	-365	-326	-39	-490	-422	-69
Alle anderen Segmente	-14	-34	+19	-34	-47	+12
TUI Konzern Gesamt	-207	-189	-18	-156	-183	+27

³ Buchungszahlen für das Geschäftsjahr 2025 (ohne Blue Diamond im Segment Hotels & Resorts) im Vergleich zu den Buchungszahlen für das Geschäftsjahr 2024. Stand 4. Mai 2025

⁴ Buchungsstand vom 4. Mai 2025. Eingeschlossen sind sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten sowie Buchungsanpassungen und Umbuchungen aus Gutscheinen.

GESCHÄFTSENTWICKLUNG IN DEN SEGMENTEN

Urlaubserlebnisse – Bereinigtes EBIT für das Q2 GJ25 entspricht starkem Vorjahreswert. Kreuzfahrten verzeichnen ein weiteres Rekordquartal

Im Q2 2025 stieg der Gesamtumsatz im Segment **Hotels & Resorts** um + 3,2% auf 430,2 Mio. € (Q2 2024: 416,7 Mio. €). Bei Herausrechnung von Bewertungseffekten erzielte das Segment eine operative Verbesserung, die auf eine höhere Durchschnittsrate zurückzuführen war und an das Rekordergebnis des Q2 2024 anknüpfte. Das bereinigte EBIT ging inklusive dieser Bewertungseffekte um - 14,7 Mio. € auf 102,6 Mio. € (Q2 2024: 117,4 Mio. €) zurück. Die Kanarischen Inseln, Ägypten, das spanische Festland und die Kapverdischen Inseln waren im Winter weiterhin gefragte Reiseziele, wobei Mexiko und Thailand die führenden Fernreiseziele waren.

Die Kapazität betrug im Q2 2025 insgesamt 7,5 Mio. verfügbare Bettennächte. Dieser Rückgang lag mit - 2 % im Rahmen unserer Erwartungen und spiegelt Renovierungen und Modernisierungen im ruhigeren zweiten Quartal wider. Die Auslastung im gesamten Segment verbesserte sich um + 1 Prozentpunkt gegenüber dem Vorjahreswert und erreichte 82 %. Die Durchschnittsrate pro Tag stieg insgesamt um + 4 % gegenüber dem Vorjahr auf 113 €, wobei die Rate bei Robinson aufgrund der planmäßigen Schließung und Modernisierung des Robinson Club Maldives während des Q2 2025 niedriger ausfiel.

Im Q2 2025 sank der Umsatz im Segment **Kreuzfahrten** im Vergleich zum Vorjahr um -1,7 % auf 213,2 Mio. € (Q2 2024: 216,9 Mio. €). Dies ist wie erwartet auf niedrigere Raten und Auslastungen infolge der Routenänderungen von Asien auf die Kanarischen Inseln aufgrund der politischen Spannungen rund um den Suezkanal zurückzuführen. Das Segment erzielt einen Q2-Rekordwert⁵ beim bereinigten EBIT (inklusive des Equity-Ergebnisses von TUI Cruises) von 81,8 Mio. €, ein Plus von + 11,7 Mio. € (Q2 2024: 70,1 Mio. €). Das Ergebnis nach Steuern (EAT, Earnings after Tax) von TUI Cruises erhöhte sich um + 15,9 Mio. € auf 59,5 Mio. € (Q2 2024: 43,6 Mio. €). Das Segment profitierte in einem günstigen Buchungsumfeld von der hohen Nachfrage nach unserem verbesserten und erweiterten Produktangebot. Nach der erfolgreichen Indienststellung der Mein Schiff 7 im Juni 2024 verfügten unsere drei Kreuzfahrtmarken im Berichtszeitraum über eine vollständige Flotte von 17 Schiffen, die gegen Ende des Quartals durch das neue Schiff Mein Schiff Relax ergänzt wurde. Die neuen Schiffe waren ausschlaggebend für einen Anstieg der verfügbaren Passagiertage um + 16 % auf 2,7 Mio. (Q2 2024: 2,3 Mio.), wobei die Umbauarbeiten an der Marella Discovery 2 die Kapazität von Marella Cruises im Quartal beeinträchtigten.

Im Q2 2025 erhöhte sich der Umsatz im Segment **TUI Musement** um + 12,4 % auf 168,1 Mio. € (Q2 2024: 149,5 Mio. €). Dieser Anstieg unterstreicht das starke Wachstum in diesem Segment, den Vorteil unseres integrierten Geschäftsmodells sowie den Ausbau des Vertriebs von Drittprodukten über B2B-Partner, die die TUI Musement Plattformtechnologie nutzen. Das bereinigte EBIT verbesserte sich mit -12,1 Mio. € um + 4,4 Mio. € gegenüber dem Vorjahreswert (Q2 2024: - 16,5 Mio. €). Dieser Anstieg wurde insbesondere durch höhere Erlebnisverkäufe und Gästetransfers in unseren Märkte + Airline-Geschäft erzielt.

Im Q2 2025 wurden 4,0 Mio. Gästetransfers in den Destinationen durchgeführt, dies entspricht einem Anstieg von + 2 % gegenüber dem Vorjahr (Q2 2024: 3,9 Mio.). Darüber hinaus hat TUI Musement 1,5 Mio. Erlebnisse in unseren weltweiten Destinationen verkauft, ein Wachstum von + 4 % gegenüber dem Vorjahr (Q2 2024: 1,5 Mio.).

Märkte + Airline – Bereinigtes EBIT im Q2 GJ25 sinkt um -39 Mio. € vs. Vorjahr, hauptsächlich bedingt durch -31 Mio. € Verschiebung der Osterferien ins Q3

Im Q2 2025 stieg der Umsatz im Segment **Märkte + Airline** um + 1,0 % auf 3.065,3 Mio. € (Q2 2024: 3.034,1 Mio. €). Das bereinigte EBIT im Q2 2025 betrug - 364,9 Mio. € und fiel damit um - 38,8 Mio. € geringer aus als im Vorjahr (Q2 2024: - 326,1 Mio. €). Die Entwicklung spiegelt wie erwartet einen Ostereffekt¹ in Höhe von 31 Mio. €, höhere Kosten für das Emissionshandelssystem (ETS) sowie höhere saisonale Kosten wider. Insbesondere aufgrund des Ostereffekts lagen die Gästezahlen insgesamt mit 2.650 Tsd. um - 5 % unter dem Vorjahreswert. Die Durchschnittspreise setzen in einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld ihren Aufwärtstrend fort und trugen dazu bei, die Auswirkungen des höheren Kostenniveaus zu mindern.

⁵ Seit dem Merger von TUI AG mit TUI Travel PLC im Jahr 2014

Um unseren Kunden mehr Auswahl und Flexibilität bieten zu können, ohne dadurch unsere Risikokapazitäten zu erhöhen, entwickeln wir unsere dynamisch paketierte Produkte als Kernkomponente der Transformation unseres Veranstaltergeschäfts kontinuierlich weiter. Infolgedessen stieg der Absatz der dynamisch paketierte Produkte um + 3 % auf 0,4 Mio. (Q2 2024: 0,4 Mio.). Die durchschnittliche Flugauslastung blieb mit 90 % auf einem hohen Niveau, lag jedoch insbesondere aufgrund der zeitlichen Verschiebung der Osterferien unter dem Vorjahreswert (Q2 2024: 93 %).

Kurz- und Mittelstreckenziele wie die Kanarischen Inseln, Ägypten, das spanische Festland und die Kapverdischen Inseln wurden erneut stark nachgefragt. Zu den wichtigsten Langstreckenzielen gehörten im Q2 2025 Mexiko und die Dominikanische Republik. Auch Thailand und die Vereinigten Arabischen Emirate verzeichneten ein besonders starkes Wachstum.

Im Rahmen unserer Transformation in ein digitales Plattformunternehmen treiben wir weiterhin unsere App-Verkäufe voran. Die TUI App soll zu unserem wichtigsten digitalen Vertriebskanal werden, der unseren stationären Vertrieb ergänzt, um die Möglichkeiten für Cross- und Up-Selling sowie personalisiertes Marketing zu erweitern und die Vertriebskosten zu senken. Im Q2 2025 lag der Anteil des über die App erzielten Umsatzes am gesamten Umsatz bei 9,5 % und stieg damit deutlich um + 40 % gegenüber dem Vorjahreswert an.

AUSBLICK FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2025⁶ BESTÄTIGT

Wir beobachten weiterhin die aktuellen makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten. Unser Ausblick für das Geschäftsjahr 2025 basiert auf dem weiteren nachhaltigen Wachstum im Bereich Urlaubserlebnisse und der Transformation des Bereichs Märkte + Airline und wird durch die insgesamt starke Entwicklung im H1 2025 unterstützt. Vor diesem Hintergrund bestätigen wir unsere Prognose für das Geschäftsjahr 2025, wie sie in unserem Geschäftsbericht 2024 veröffentlicht wurde:

- Wir erwarten einen Anstieg des Umsatzes von 5 % bis 10 % gegenüber dem Vorjahr (Geschäftsjahr 2024: 23.167 Mio. €).
- Wir erwarten eine Verbesserung des bereinigten EBIT um 7 % bis 10 % gegenüber dem Vorjahr (Geschäftsjahr 2024: 1.296 Mio. €), insbesondere aufgrund der Erwartungen für den Sommer 2025 und unter Berücksichtigung eines Effekts in Höhe von 32 Mio. € aus der Verschiebung der Osterferien in das Q3.

MITTELFRISTIGE ZIELE

Wir verfolgen eine klare Strategie zur Beschleunigung des profitablen Wachstums. Wir wollen den Customer Lifetime Value maximieren und Synergien in unserem integrierten Geschäft erzielen, indem wir die Vertriebsstärke unseres Bereichs Märkte + Airline nutzen, um eine weiter verbesserte Performance im Bereich Urlaubserlebnisse zu erreichen. Wir wollen unser Geschäft agiler und kosteneffizienter aufstellen und eine höhere Geschwindigkeit bei Markteinführungen erreichen, um so zusätzlichen Shareholder Value zu schaffen. Unsere mittelfristigen Zielsetzungen sind weiterhin:

- Steigerung des bereinigten EBIT um eine jährliche durchschnittliche Wachstumsrate von ca. 7 % bis 10 % (Compound Annual Growth Rate/CAGR)
- Netto-Leverage Ratio⁷ von stark unter 1.0x
- Mit den jüngsten Hochstufungen unserer Bonität durch die Ratingagenturen haben wir unser Ziel, wieder das Vor-Pandemie-Niveau zu erreichen, umgesetzt.

⁶ Basierend auf konstanten Wechselkursen

⁷ Netto-Leverage Ratio definiert als Nettoverschuldung (Finanzschulden plus Leasingverbindlichkeiten abzüglich Finanzmittel abzüglich sonstiger kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte) geteilt durch bereinigtes EBITDA).

BUCHUNGUPDATE URLAUBSERLEBNISSE⁸

Buchungsentwicklung im H2 liegt auf Kurs für weiteres Wachstum bei hoher Nachfrage für unser breites Produktportfolio.

Buchungen für

H2 2025

Veränderung in % zum Vorjahr

Hotels & Resorts

Verfügbare Bettennächte	+ 0
Auslastung (Veränderung in %Pkt.)	+ 1
Durchschnittsrate pro Tag	+ 8

Kreuzfahrten

Verfügbare Passagiertage	+ 23
Auslastung (Veränderung in %Pkt.)	+ 0
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 + Airline

- **Hotels & Resorts** – Die Nachfrage nach unserem breiten und differenzierten Urlaubshotelangebot ist weiterhin hoch. In der Folge verzeichnen wir eine höhere Auslastung und eine gestiegene Durchschnittsrate. Für das H2 erwarten wir eine Anzahl verfügbarer Bettennächte⁹ auf dem Niveau des Vorjahres. Die gebuchte Auslastung¹⁰ liegt um + 1 Prozentpunkt höher. Getragen von einer hohen Nachfrage liegen die Durchschnittsraten¹¹ in unseren wichtigsten Marken über den Vorjahreswerten und insgesamt um + 8 % im Plus. Voraussichtlich werden während des Sommerhalbjahres Spanien, Griechenland und die Türkei die gefragtesten Destinationen sein.
- **Kreuzfahrten** – In einem positiven Marktumfeld mit günstigen Wachstumsprognosen setzen wir unsere Strategie des Ausbaus unseres Angebotes durch Investitionen in neue Schiffe fort. Nach der erfolgreichen Indienststellung der Mein Schiff 7 im Juni 2024 ist im März 2025 die Mein Schiff Relax in Betrieb gegangen. Insgesamt umfasst unsere Flotte jetzt 18 Schiffe unter drei Marken. Die zusätzlichen Kapazitäten führen zu einem erwarteten Anstieg der verfügbaren Passagiertage¹² um + 23 %. Auch bei ausgeweiteten Kapazitäten erwarten wir für das H2 eine konstante gebuchte Auslastung¹³. Die Durchschnittsrate¹⁴ liegt für das H2 bei + 2 %, hier zeigen die Änderungen der Routenführung im Zusammenhang mit dem Suezkanal in geringem Umfang Auswirkungen. Unser Sommerprogramm umfasst ein breites Angebot an Kreuzfahrten. Die acht Schiffe der Mein Schiff-Flotte werden das Mittelmeer, Nordeuropa, die Ostsee und Nordamerika anlaufen, während sich das Programm von Hapag-Lloyd Cruises mit einer Flotte von fünf Schiffen auf Europa, Amerika, Asien sowie Arktisreisen konzentriert. Marella wird mit insgesamt fünf Schiffen Routen im Mittelmeer anbieten.
- **TUI Musement** – Wir setzen die Expansion unseres Geschäfts mit Touren und Aktivitäten planmäßig fort. Dabei bauen wir unser Angebot an Erlebnissen für unsere B2C-Kunden sowie unser B2B-Geschäft mit Partnern aus. Wir erwarten, dass die Buchungen für unser Geschäft mit Erlebnissen, das Exkursionen, Aktivitäten und Tickets umfasst, im H2 um einen hohen einstelligen Prozentsatz wachsen wird. Für das Geschäft mit Transfers für unsere Veranstaltergäste in den Zielgebieten erwarten wir für das H2 eine Entwicklung im Einklang mit den erwarteten Gästezahlen im Bereich Märkte + Airline.

⁸ Buchungszahlen für das Geschäftsjahr 2025 (ohne Blue Diamond im Segment Hotels & Resorts) im Vergleich zu den Buchungszahlen für das Geschäftsjahr 2024. Stand 4. Mai 2025

⁹ Anzahl Öffnungstage multipliziert mit verfügbaren Betten der in Eigentum/ Pacht befindlichen Hotel

¹⁰ Belegte Betten dividiert durch verfügbare Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Betten

¹¹ Umsatz aus Unterkunft und Verpflegung dividiert durch belegte Bettennächte der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels.

¹² Anzahl Betriebstage multipliziert mit verfügbaren Betten

¹³ Anzahl erreichter Passagiertage dividiert durch verfügbare Passagiertage

¹⁴ 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

AKTUELLE BUCHUNGSLAGE MÄRKTE + AIRLINE¹⁵

Buchungsentwicklung und Durchschnittspreise für den Winter 2024/25 blieben bei positivem Kurzfristgeschäft stabil. Das durch den Ostereffekt¹ bedingte spätere Buchungsverhalten prägt auch die insgesamt robuste Buchungslage für den Sommer. Wir legen hier konstante Kapazitätsannahmen zugrunde und verzeichnen weiterhin höhere Durchschnittspreise.

Winter 2024/25 vs. Winter 2023/24

Buchungen (Veränderung in %)	+ 2
Durchschnittspreis (Veränderung in %)	+ 4

- Die positive Buchungsdynamik hielt zum Saisonende mit einem guten Kurzfristgeschäft an. Insgesamt gingen 5,5 Mio. Buchungen ein, ein Anstieg um + 2 %. Seit unserem letzten Update zur Buchungslage vom 11. Februar 2025 kamen + 1,1 Mio. Buchungen hinzu.
- Der Durchschnittspreis lag auch in der zweiten Saisonhälfte mit + 4 % über dem Vorjahreswert. Dies unterstreicht die robuste Nachfrage nach unseren Reiseprodukten. Das höhere Preisniveau trägt dazu bei, das inflationsbedingt höhere Kostenniveau, höhere saisonale Kosten und den Effekt aus der Verschiebung der Osterferien vom Q2 in das Q3 abzufedern.
- Die Kanarischen Inseln, Ägypten, das spanische Festland und die Kapverdischen Inseln waren weiterhin die gefragtesten Kurz- und Mittelstreckenziele, während Mexiko, die Dominikanische Republik, Thailand und die Vereinigten Arabischen Emirate die wichtigsten Fernreiseziele waren. Die Buchungen in unseren beiden wichtigsten Märkten lagen über dem Vorjahresniveau. Im Raum UK stiegen die Buchungen um + 1 % und lagen damit leicht über dem Niveau vom Februar 2025. In unserem anderen Hauptquellmarkt, Deutschland, blieben die Buchungen mit + 5 % deutlich über dem Niveau unseres letzten Updates vom Februar 2025.

Sommer 2025 vs. Sommer 2024

Buchungen (Veränderung in %)	- 1
Durchschnittspreis (Veränderung in %)	+ 4
Bisher verkauftes Programm für die Sommersaison 2025 (%)	57

- Bislang wurden 8,6 Mio. Buchungen für den Sommer 2025 verzeichnet. Seit unserem letzten Update im Februar 2025 sind + 3,5 Mio. Buchungen hinzugekommen. Für die Sommersaison ist ebenfalls ein unter anderem durch den Ostereffekt¹ bedingtes späteres Buchungsverhalten zu beobachten. Infolgedessen liegt der Buchungseingang in einem wettbewerbsintensiven Umfeld bei gegenüber dem Vorjahr konstanten fest eingekauften Kapazitäten um -1 % unter dem Vorjahreswert. Wir fokussieren uns weiterhin auf dynamisches Wachstum, die Sicherung der Margen und Kostensenkungen. Bislang sind 57 % des Sommerprogramms verkauft, der Wert liegt weitgehend auf dem Vorjahresniveau.
- Der Durchschnittspreis liegt mit einem Plus von + 4 % über Vorjahr und damit auf dem Niveau unseres Updates vom Februar 2025. Dieser Anstieg trägt zur Abfederung der Auswirkungen höherer Kosten bei.
- Die höchste Nachfrage verzeichnen wir für unsere traditionellen Kurz- und Mittelstreckenziele in Spanien, Griechenland und der Türkei.
- Die Buchungseingänge liegen im Raum UK auf Vorjahresniveau, bislang sind dort 64 % des Programmes verkauft. In Deutschland, unserem anderen Hauptquellmarkt, liegen die Buchungen um -3 % unter dem Vorjahreswert und 53 % des Programms wurden bisher verkauft.

¹⁵ Buchungsstand vom 4. Mai 2025. Eingeschlossen sind sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten sowie Buchungsanpassungen und Umbuchungen aus Gutscheinen

UPDATE ZU UNSEREN STRATEGISCHEN ENTWICKLUNGEN

Die im Geschäftsbericht 2024¹⁶ und auf unserem Kapitalmarkttag¹⁷ im März 2025 erläuterte Strategie der TUI Group wird konsequent fortgeführt. Unser Ziel ist es, profitables Wachstum durch ein nachhaltiges Wachstum im Bereich Urlaubserlebnisse und die Transformation im Bereich Märkte + Airline zu erzielen. Nachdem die Grundlagen dafür gelegt wurden, befinden wir uns jetzt in der Umsetzung:

- Im Q2 2025 haben wir unsere Präsenz in Asien weiter ausgebaut. Das Fünf-Sterne-Hotel TUI Blue Guilin Watermark Promenade ist unser 20. Hotel in Asien und das vierte Hotel in China. Aufgrund des starken Interesses neuer Franchise- und Managementpartner haben wir eine Pipeline für 26 weitere Hotels in Asien inklusive China, Thailand, Vietnam und Kambodscha. Der von TUI und anderen Partnern initiierte globale Hansainvest-Hotelfonds baut sein Portfolio weiter aus. Im März 2025 erwarb der Fonds sein neuestes Hotel in Jamaika im Rahmen eines Gemeinschaftsprojekts mit der Hotelmarke Royalton CHIC Resorts. Das Hotel wird derzeit komplett umgestaltet und soll Ende 2026 als Royalton CHIC Jamaica Paradise eröffnet werden.
- Das zweite von drei neuen Schiffen für unser Joint Venture TUI Cruises, die Mein Schiff Relax, wurde kürzlich als neuestes Mitglied unserer Flotte in Deutschland in Dienst gestellt. Das dritte neue Schiff, die Mein Schiff Flow, kann ebenfalls bereits gebucht werden und soll im Q3 2026 in Dienst gestellt werden. Im März 2025 haben wir unsere Pläne für die Erneuerung der Flotte unseres britischen Kreuzfahrtunternehmens Marella Cruises bekannt gegeben. Die Verfügbarkeit von Werftkapazitäten für zwei neue Schiffe wurde bestätigt, deren Auslieferungen für die Geschäftsjahre 2031 bzw. 2033 erwartet werden. Die Flottenerneuerung steht unter dem Vorbehalt der Finalisierung der Schiffbauverträge, der Verfügbarkeit von Finanzierungen sowie anderer üblicher Bedingungen und Konditionen. Die Flottenerneuerung könnte im Rahmen der aktuellen Eigentümerstruktur von Marella erfolgen. Parallel dazu prüft TUI weiterhin Partnerschaftsoptionen.
- Während die erfolgreiche Einführung unseres dynamisch paketierte Angebots in Zusammenarbeit mit Ryanair in unseren Quellmärkten weiter voranschreitet, sind wir kürzlich eine Partnerschaft mit Oman Air eingegangen, um neue digitale Urlaubspakete auf den Markt zu bringen, mit denen Reisende ihre Urlaubsreisen individuell zusammenstellen können. Ab Sommer 2025 können unsere Kunden Urlaubspakete für das gesamte Streckennetz von Oman Air buchen, darunter Ziele in Oman, Europa und Fernost.

Wir halten an unserer Kapitalallokationsstrategie fest und konzentrieren uns auf die Steigerung profitablen Wachstums und die Verbesserung des Cash Flow, während wir weiterhin disziplinierte Kapitalinvestitionen vornehmen und eine weitere Stärkung der Bilanzstruktur mit einer Netto-Leverage-Ratio von mittelfristig stark unter 1,0x anstreben. Basierend auf einem annualisierten Pro-forma-Szenario für die Erneuerung der Marella-Flotte wird die Netto-Leverage-Ratio weiterhin unter 1,0x erwartet. Wie bereits im Dezember 2024 mitgeteilt, planen wir bis Ende 2025, eine Ausschüttungsstrategie für die Aktionäre zu definieren. Die operativen und finanziellen Fortschritte, die wir im Berichtszeitraum erzielt haben, spiegeln sich in einer weiteren Verbesserung unserer Bonität wider: S&P und Moody's stuften uns auf BB- bzw. Ba3 herauf, während Fitch die TUI Group erstmals mit BB bewertete – jeweils mit stabilem Ausblick.

Im März 2025 haben wir unser Fälligkeitsprofil durch die Refinanzierung unserer revolving Kreditfazilität (RCF) mit Nachhaltigkeitsbezug als unserem zentralen Finanzierungsinstrument erfolgreich verbessert. Die neue RCF mit einer Laufzeit von fünf Jahren und Fälligkeit im März 2030 hat ein Volumen von rund 1,9 Mrd. € (1,7 Mrd. € Barkreditlinie und 0,2 Mrd. € Garantielinie) gegenüber der bisherigen Kreditlinie von 1,64 Mrd. € und verbessert unsere finanzielle Flexibilität und Liquiditätsposition. Die starke Nachfrage nach einer Beteiligung an der neuen RCF unterstreicht das Vertrauen in unsere strategische Positionierung und unsere zukünftigen Wachstumsinitiativen.

FREMDWÄHRUNGEN/TREIBSTOFF

Wir verfolgen die Strategie, den Großteil unseres Treibstoff- und Fremdwährungsbedarfs für zukünftige Saisons abzusichern. Unsere Hedging-Strategie verschafft uns 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.

¹⁶ Details zu unserer Strategie siehe Geschäftsbericht der TUI Group 2024 ab Seite 23

¹⁷ <https://www.tuigroup.com/de/investoren/veroeffentlichungen/capital-markets-day-2025>

Fremdwährungen/Treibstoff

%	Sommer 2025	Winter 2025/26	Sommer 2026
Euro	92	65	23
US-Dollar	95	82	48
Treibstoff (Flugbenzin)	92	85	54

Stand: 4. Mai 2025

NACHHALTIGKEIT ALS CHANCE¹⁸

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. Unsere Strategie wird durch wissenschaftlich fundierte Ziele zur Nachhaltigkeit untermauert. Die Sustainability Agenda der TUI besteht dabei aus drei Bausteinen: People, Planet und Progress. Wir arbeiten weiterhin an der Reduktion der relativen Emissionen zur Erreichung unserer Umweltziele. Die aktuellen Entwicklungen:

- In unserem Robinson Club Cabo Verde wurde eine neue Wasserabfüllstation eingerichtet. Die Station soll jährlich rund 300.000 Plastikflaschen einsparen und ist damit ein wichtiger Schritt zur Reduzierung von Einwegkunststoffen auf den Kapverdischen Inseln. Die Initiative wurde symbolisch vom stellvertretenden Premierminister von Kap Verde in Betrieb genommen, was ihre Bedeutung für nachhaltige Innovationen in der Region unterstreicht.
- Im März 2025 wurde das neueste Mitglied unserer Kreuzfahrtflotte in Dienst gestellt. Die Mein Schiff Relax soll als erstes Schiff der Flotte mit Dual-Fuel-Motoren neue Maßstäbe setzen. Das Schiff wird mit LNG betrieben und ist perspektivisch Bio- und E-LNG-fähig. Das Schiff verfügt über moderne Katalysatoren der Euro-6-Norm und einen Landstromanschluss, der während der Hafenaufenthalte (ca. 40 % der Betriebszeit des Schiffes) einen nahezu emissionsfreien Betrieb ermöglicht. Außerdem verfügt es über ein innovatives „HydroTreat“- System, das organische Abfälle thermisch zu wiederverwendbarem Wasser und sogenanntem BioChar aufbereitet, wodurch der Abfall an Bord reduziert und die Kreislaufwirtschaft gefördert werden soll.
- Im Q2 2025 haben wir die Gewinner der TUI Sustainability Impact Awards 2025 bekannt gegeben. Die erstmals verliehenen Auszeichnungen würdigen herausragende Nachhaltigkeitsinitiativen von Geschäftspartnern der TUI in den Bereichen Technologie, indirekter Einkauf, Kreuzfahrten und Fluggesellschaften.

GJ25 Q2/H1 WEBCAST FÜR INVESTOREN & ANALYSTEN

Unseren Halbjahresbericht für das Geschäftsjahr 2025 und die dazugehörige Ergebnispräsentation finden Sie auf unserer Unternehmenswebsite unter:

<https://www.tuigroup.com/de/investoren/veroeffentlichungen/finanzergebnisse?filter=fy25-q2-h1>

Eine Telefonkonferenz und ein Video-Webcast finden heute um 09:00 CEST / 08:00 BST statt. Weitere Details finden Sie auf unserer Website.

FINANZKALENDER GJ25

Wir freuen uns Ihnen mitteilen zu können, dass die TUI Group am 13. August 2025 ihre Quartalsmitteilung für Q3/9M im Geschäftsjahr 2025 veröffentlichen wird.

¹⁸ Weitere Details zu unserer Sustainability Agenda findet sich in unserem Geschäftsbericht 2024 sowie auf unserer Website [Verantwortung \(tuigroup.com\)](#)

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

Der Halbjahresfinanzbericht 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 dieses Halbjahresfinanzberichts anzupassen.