Zwischen-mitteilung

1. Oktober 2024 – 31. Dezember 2024

Inhaltsverzeichnis

Zwischenmitteilung zum Q1 2025 ... 3
Überblick ... 3
Ertragslage des Konzerns ... 10
Geschäftsentwicklung in den Segmenten ... 11
Cash Flow / Investitionen / Nettofinanzposition ... 16
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ... 18
Konzern-Kapitalflussrechnung ... 19
Konzernbilanz ... 20
Alternative Performance-Kennzahlen ... 22
Weitere Segmentkennzahlen ... 24
Vorbehalt bei zukunftsgerichteten Aussagen ... 25
Finanzkalender ... 25
Kontakte ... 25

Die vorliegende Zwischenmitteilung der TUI Group bezieht sich auf den Zeitraum vom 1. Oktober 2024 bis zum 31. Dezember 2024.

TUI AG

Karl-Wiechert-Allee 23

30625 Hannover

Zwischenmitteilung zum Q1 2025

Überblick

TUI lieferte im ersten Quartal 2025 im zehnten Quartal in Folge ein höheres bereinigtes EBIT mit einem insgesamt achtfachen Anstieg auf 50,9 Mio. €. Das Wachstum wurde insbesondere durch die deutliche Verbesserung in unserem Geschäftsbereich Urlaubserlebnisse vorangetrieben. Vor diesem Hintergrund bestätigen wir unsere Prognose für das Geschäftsjahr 2025, eine Verbesserung von 7 % bis 10 % bei unserem bereinigten EBIT zu erzielen.

- **Der Umsatz im ersten Quartal lag in allen operativen Segmenten über dem Vorjahreswert** und stieg insgesamt um + 13 % auf 4,9 Mrd. € bei einer höheren Nachfrage mit verbesserten Preisen und Raten. Diese Entwicklung unterstreicht die Attraktivität unseres Produktportfolios.
- **Insbesondere der Geschäftsbereich Urlaubserlebnisse trug zum Ergebnisplus mit einem im zehnten Quartal in Folge verbesserten bereinigten EBIT bei.** Insgesamt erhöhte sich das Ergebnis um + 44,9 Mio. € auf 50,9 Mio. €. Die Segmente entwickelten sich folgendermaßen:
    - Hotels & Resorts verzeichnete erneut ein Q1-Rekordergebnis[1] mit einem Anstieg des bereinigten EBIT um 65,8 %, was auf eine höhere Anzahl von verfügbaren Bettennächten, eine gestiegene Auslastung und verbesserte Raten bei unseren Hauptmarken zurückzuführen war.
    - Auch das Segment Kreuzfahrten erzielte ein Rekord-EBIT[1] mit einem Wachstum um + 39,6 % aufgrund einer höheren Nachfrage und verbesserten Raten bei einer erweiterten Flotte.
    - Bei TUI Musement verbesserte sich das bereinigte EBIT um + 78,5 %, unterstützt durch ein starkes Wachstum sowohl bei den verkauften Erlebnissen als auch bei den Transfers für Veranstaltergäste in den Destinationen.
    - Märkte + Airline profitierte in einem wettbewerbsintensiven Umfeld von einer weiterhin hohen Nachfrage, insbesondere nach unseren dynamisch paketierten Produkten. Durch einen höheren Investitionsvorlauf für die wichtige Sommersaison fiel das bereinigte EBIT erwartungsgemäß um 31 % niedriger als im Vorjahr aus.
- Im Berichtsquartal reisten insgesamt **3,7 Mio. Gäste mit TUI, dies ist ein Plus um + 6 % gegenüber dem Vorjahr.** In dieser Anzahl sind die Gäste enthalten, die ein dynamisch paketiertes Produkt buchten, hier wurde ein starker Anstieg von + 18 % auf 0,7 Mio. erzielt. Die durchschnittliche Flugauslastung erreichte mit 85 % das Niveau des Vorjahres.
- Unsere **Nettoverschuldung** zum 31. Dezember 2024 entsprach mit 4,1 Mrd. € **weitgehend dem Vorjahresniveau und unseren Erwartungen**, sie erhöhte sich um 0,1 Mrd. € (31. Dezember 2023: 4,0 Mrd. €).
- **Die Ratingagentur Fitch würdigt diese Entwicklungen in ihrem ersten Rating der TUI Group. Die Bonitätsbewertung von BB mit einem stabilen Ausblick** ist die erste im Vor-Pandemie-Bereich und markiert einen weiteren Meilenstein bei der Erreichung unserer finanziellen Ziele.
- **Die Buchungen im Bereich Märkte + Airline[2] verlaufen positiv; sie basieren auf der Annahme konstanter Kapazitäten bei einem verbesserten Durchschnittspreis**. Für den Winter 2024/25 sind 85 % des Programms verkauft, die Buchungen nahmen um + 2 % zu. Der Durchschnittspreis ist mit + 4 % im Plus. Der Zuwachs trägt dazu bei, höhere Kosten abzufedern. Vom Sommerprogramm 2025 sind 32 % verkauft. Die Buchungen sind um + 2 % gestiegen mit einem positiven Momentum in den letzten vier Wochen insbesondere durch höhere Buchungseingänge in UK. Der Durchschnittspreis hat in einem kostenintensiveren Umfeld um + 4 % zugenommen.
- **Das Geschäft mit Urlaubserlebnissen[3] entwickelt sich weiterhin planmäßig.** Der Buchungsstart in das zweite Halbjahr verlief bei starker Nachfrage und mit höheren Raten für unsere differenzierten Produkten im gesamten Bereich gut.

---

[1] Seit dem Zusammenschluss der TUI AG mit TUI Travel PLC im Jahr 2014

[2] Buchungsstand vom 2. Februar 2025. Eingeschlossen sind sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten sowie Buchungsanpassungen und Umbuchungen aus Gutscheinen.

[3] Buchungszahlen für das Geschäftsjahr 2025 (ohne Blue Diamond im Segment Hotels & Resorts) im Vergleich zu den Buchungszahlen für das Geschäftsjahr 2024. Stand 2. Februar 2025

Prognose für das Geschäftsjahr 2025[4] bestätigt

Unser Schwerpunkt liegt auf operativer Exzellenz und Umsetzung der Strategie sowie auf der weiteren Transformation. Unsere Strategie, die starke operative Verbesserung sowie die Maßnahmen zur Optimierung unserer Bilanzstrukturen bilden die Grundlage für unsere Zielerreichung. 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 gute Entwicklung im Q1 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 inklusive eines Effekts aus der Verschiebung der Osterferien in das Q3 in Höhe von circa 30 Mio. €.

Mittelfristige Ziele

Wir verfolgen eine klare Strategie zur Beschleunigung des profitablen Wachstums. Wir wollen den Customer Lifetime Value maximieren und Synergien zwischen unseren beiden Geschäftsbereichen erzielen. 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 Ratio[5] von stark unter 1.0x
- Rückkehr zu einem Kreditrating, das unserem Vor-Pandemie-Niveau im Bereich von BB/Ba (S&P/Moody's) entspricht

Nachhaltigkeit als Chance[6]

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 im Berichtszeitraum:

- TUI wurde als führendes Unternehmen mit der Note „A" im Bereich Klimaschutz ausgezeichnet und sicherte sich damit einen prestigeträchtigen Platz in der höchsten Bewertungskategorie des CDP (Carbon Disclosure Project[7]) für das Jahr 2024. TUI erhält diese Auszeichnung zum dritten Mal und das erste Mal seit der Pandemie. Die A-Liste des CDP würdigt Unternehmen, die datengestützte Entscheidungen treffen, die der Umwelt zugutekommen. Im Jahr 2024 haben über 24.800 Organisationen Daten über das CDP offengelegt, was die Leistung von TUI verdeutlicht. Wir haben bei verschiedenen klimabezogenen Kriterien besonders gut abgeschnitten und Bestnoten in Schlüsselbereichen wie Initiativen zur Emissionsreduzierung erzielt. Darüber hinaus haben wir in mehreren anderen Kategorien, darunter Corporate Governance, Offenlegung von Risiken und öffentliches Engagement, die Bewertung A erhalten damit unser starkes Engagement für Transparenz und Verantwortung gezeigt. Die Auszeichnung unterstreicht unser Eintreten für einen nachhaltigen Wandel und die Fortschritte, die wir bei der Erreichung unserer Nachhaltigkeitsziele machen.
- Zur Reduzierung unseres CO_2-Fußabdrucks unserer IT-Abläufe im gesamten Konzern haben wir im vergangenen Kalenderjahr ein neues Servicemodell für Laptops eingeführt, um die Wiederverwertung zu verbessern und Kosten zu senken. Bisher wurden rund 6.000 effizientere und nachhaltig hergestellte Geräte eingeführt, die in den nächsten fünf Jahren rund 1.700 Tonnen CO_2 einsparen können. Darüber hinaus werden über 80 % der IT-bezogenen Lieferungen zusammengefasst, wodurch der Transport optimiert, die Anzahl der Fahrten und der Kraftstoffverbrauch reduziert und die Emissionen über den gesamten Lebenszyklus gesenkt werden können.

---

[4] Basierend auf konstanten Wechselkursen und im Rahmen der bislang bekannten makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten

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

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

[7] CDP (Carbon Disclosure Project) ist eine globale Non-Profit-Organisation, die das weltweit führende System zur Offenlegung von Umweltdaten betreibt.

- Wir betreiben eine der CO_2-effizientesten Fluggesellschaften Europas und sind bestrebt, unsere Umweltleistung durch Investitionen in neue und treibstoffeffizientere Flugzeuge weiter zu verbessern. TUI Airline nahm daher an der „The Aviation Challenge" von SkyTeam teil, einem Wettbewerb zur Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Ideenaustausch für eine nachhaltigere Zukunft der Airlinebranche. Dazu wurden auf einem Hin- und Rückflug von Amsterdam nach Rhodos über 50 Initiativen getestet, die darauf abzielen, den ökologischen Fußabdruck der Fluggesellschaft weiter zu reduzieren. Dazu gehörten die Verwendung von wiederverwendbaren Bechern, nachhaltigen Flugkraftstoffen (Sustainable Aviation Fuel) und elektrischen Bodenabfertigungsgeräten. Unsere Erfolge und unser Engagement für Nachhaltigkeit wurden bei der SkyTeam-Preisverleihung mit einer Reihe von Auszeichnungen gewürdigt, darunter „Best Climate Literacy" für die Verbesserung der Klimakompetenz durch umfassende Nachhaltigkeitstrainings und -initiativen, wie beispielsweise Schulungen zur Steigerung des Nachhaltigkeitsbewusstseins von Fluggesellschaften, und einer weitere Auszeichnung, „Best Partnership", für unsere zukunftsweisende Zusammenarbeit mit der Cranfield University und mit regionalen und City-Flughäfen im Rahmen des „Zero Carbon Turn" Projekts, um die Anwendung von Wasserstoffantrieb im Bodenbetrieb zu demonstrieren.
- TUI Airline unterstützt darüber hinaus eine Reihe von Forschungsprojekten, unter anderem mit dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR). Diese konzentrieren sich auf die Vermeidung von Kondensstreifen, da diese erhebliche Auswirkungen auf die Umwelt haben können. In diesem Zusammenhang hat TUI Airline einen Zuschuss der Europäischen Kommission erhalten, um die Kosten für 400 Flüge zur Vermeidung von Kondensstreifen in den Jahren 2025 und 2026 zu finanzieren.

TUI Group in Zahlen

Mio. €		Q1 2025	Q1 2024 angepasst	Veränd. %	Veränd. % bei konstanten Wechselkursen
Umsatzerlöse		**4.872,0**	**4.302,5**	**+ 13,2**	**+ 12,0**
Umsatzerlöse (zu konstanten Wechselkursen)		4.819,0	4.302,5	+ 12,0	
Bereinigtes EBIT[I]					
Hotels & Resorts		150,3	90,7	+ 65,8	+ 75,7
Kreuzfahrten		48,2	34,5	+ 39,6	+ 38,0
TUI Musement		- 2,3	- 10,7	+ 78,5	+ 91,9
Urlaubserlebnisse		196,2	114,5	+ 71,3	+ 79,9
Region Nord		- 88,5	- 50,4	- 75,4	- 66,0
Region Zentral		7,4	1,3	+ 468,7	+ 483,2
Region West		- 44,0	- 46,3	+ 4,9	+ 4,8
Märkte + Airline		- 125,2	- 95,4	- 31,1	- 26,0
Alle übrigen Segmente		- 20,2	- 13,1	- 54,1	- 53,2
Bereinigtes EBIT[I] TUI Group		**50,9**	**6,0**	**+ 749,3**	**+ 997,3**
Bereinigtes EBIT (zu konstanten Wechselkursen)		65,7	6,0	+ 997,3	
EBIT[I]		**42,8**	**0,2**	**n. a.**	
Bereinigtes EBITDA		**278,1**	**208,5**	**+ 33,3**	
EBITDA[II]		**275,3**	**208,0**	**+ 32,3**	
Konzernverlust		- 30,4	- 83,5	+ 63,6	
Ergebnis je Aktie	€	- 0,17	- 0,24	+ 29,2	
Nettosach- und Finanzinvestitionen		230,8	43,9	+ 426,2	
Eigenkapitalquote (31.12.)[III]	%	12,7	9,0	+ 3,7	
Nettoverschuldung (31.12.)		4.103,2	3.983,3	+ 3,0	
Mitarbeitende (31.12.)		53.959	52.661	+ 2,5	

Differenzen durch Rundungen möglich: Einzelne Zahlen könnten sich nicht genau zur angegebenen Summe addieren und Prozentangaben könnten nicht genau die absoluten Werte widerspiegeln, auf die sie sich beziehen. Sämtliche Veränderungsangaben beziehen sich auf den entsprechenden Vorjahreswert, sofern nicht anders angegeben.

[I] Das dem bereinigten EBIT zugrundeliegende EBIT definieren wir als das Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und dem Ergebnis aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten des Konzerns. Für weitere Details siehe Seite 22.

[II] Das EBITDA beschreibt das Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und dem Ergebnis aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten, Wertberichtigungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte sowie Ab- und Zuschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte, Sachanlagen, Finanzanlagen und Umlaufvermögen.

[III] Anteil des bilanziellen Eigenkapitals an der Bilanzsumme in %. Veränderung in Prozentpunkten.

Für diese Zwischenmitteilung zum Q1 2025 wurde die im Konzernabschluss zum 30. September 2024 der TUI AG beschriebene Berichtsstruktur verwendet. Siehe dazu den Geschäftsbericht der TUI Group 2024 ab Seite 27.

Aufgrund der Umsegmentierung einer IT-Gesellschaft aus dem Segment Region West in Alle übrigen Segmente im Vorjahr wurden die Vorjahreswerte angepasst.

Aktuelle Buchungslage Märkte + Airline[8] – Buchungsentwicklung verläuft positiv unter der Annahme unveränderter Kapazitäten und bei höheren Durchschnittspreisen

Winter 2024/25 vs. Winter 2023/24

Buchungen	+ 2 %
Durchschnittspreise	+ 4 %
Bisher verkauftes Programm	85 %

- Die Buchungen liegen über dem Vorjahr, wobei wir von einer unveränderten Kapazität ausgehen. Bisher wurden 4,4 Mio. Buchungen verzeichnet, 1,1 Mio. mehr als in unserem letzten veröffentlichten Update vom 11. Dezember 2024. Das Buchungsplus beträgt insgesamt + 2 %. Diese Entwicklung wird durch eine stärkere Nachfrage insbesondere nach unserem dynamischen Produktangebot unterstützt. Dieses Geschäft wollen wir ausbauen, ohne die Risikokapazität zu erhöhen. Insgesamt wurden 85 % des Programms verkauft, was dem Niveau für den vergleichbaren Vorjahresstand für den Winter 2023/24 entspricht.
- Der Anstieg des Durchschnittspreises gegenüber dem Vorjahr beträgt + 4 %. Das gestiegene Preisniveau kann dazu beitragen, das inflationsbedingt höhere Kostenniveau abzufedern. Gleichzeitig gehen wir davon aus, dass die Effekte aus einem höheren Investitionsvorlauf vor der Sommersaison und aus der Verschiebung der Osterferien vom Q2 in das Q3 dadurch abgemildert werden können.
- Kurz- und Mittelstreckenziele sind weiterhin stark nachgefragt, wobei sich die Kanarischen Inseln, Ägypten und die Kapverden erneut als gefragteste Reiseziele erweisen. Bei den Fernreisen verzeichnet Thailand den höchsten Nachfrageanstieg. Insgesamt sind Mexiko, Jamaika und die Dominikanische Republik erneut die wichtigsten Winterdestination.
- Die Buchungen für den Markt in UK liegen auf dem hohen Vorjahresniveau des Winters 2023/24, 83 % des Saisonprogramms sind verkauft. In Deutschland, unserem weiteren Hauptquellmarkt, sind 85 % des Programms verkauft, die Buchungen liegen mit + 5 % deutlich im Plus.

Sommer 2025 vs. Sommer 2024

Buchungen	+ 2 %
Durchschnittspreise	+ 4 %
Bisher verkauftes Programm	32 %

- Bislang wurden 5,1 Mio. Buchungen für den Sommer 2025 getätigt. Die Buchungen liegen um + 2 % über dem Vorjahr bei gleichbleibenden Kapazitätsannahmen, mit einer stärkeren Buchungsdynamik in den letzten vier Wochen, insbesondere durch um + 5 % höhere Buchungseingänge in UK. Wie üblich zu diesem Zeitpunkt ist der Großteil des Sommerprogramms noch nicht verkauft, bislang entspricht der Wert mit 32 % annähernd dem Wert des Vorjahres.
- Der Durchschnittspreis liegt in einem kostenintensiveren Umfeld weiterhin mit einem Plus um + 4 % über Vorjahr und mit einem erneuten Anstieg um + 1 % höher im Vergleich zu unserer Veröffentlichung im Dezember 2024. Diese Entwicklung unterstreicht die Nachfrage nach unserem Produktportfolio in einem wettbewerbsintensiven Umfeld.
- Die höchste Nachfrage verzeichnen wir für unsere traditionellen Kurz- und Mittelstreckenziele in Spanien, Griechenland und der Türkei.
- In UK, wo das Sommerprogramm bereits am längsten buchbar ist, liegen die Buchungen bei - 2 %, wobei sie in den letzten vier Wochen an Dynamik gewonnen haben und mit + 5 % im Plus lagen. Insgesamt sind bislang 41 % des Programms verkauft. In Deutschland haben sich nach starken Frühbucherwochen die Buchungseingänge normalisiert, liegen aber mit einem Anstieg um + 6 % immer noch deutlich über dem Sommer 2024. 30 % des Programms sind bislang verkauft.

[8] Buchungsstand vom 2. Februar 2025. Eingeschlossen sind sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten sowie Buchungsanpassungen und Umbuchungen aus Gutscheinen.

Buchungsupdate Urlaubserlebnisse[9] – Q2-Buchungen sind weiterhin auf Kurs und bei starker Nachfrage gut in das H2 gestartet

Buchungen für	Q2 2025	H2 2025
Veränderung in % zum Vorjahr		
Hotels & Resorts		
Verfügbare Bettennächte	- 5	- 1
Auslastung (Veränderung in %Pkt.)	+ 7	+ 2
Durchschnittsrate pro Tag	+ 7	+ 11
Kreuzfahrten		
Verfügbare Passagiertage	+ 15	+ 23
Auslastung (Veränderung in %Pkt.)	- 2	+ 1
Durchschnittsrate pro Tag	- 2	+ 3
TUI Musement		
Verkaufte Erlebnisse	Anstieg im hohen einstelligen Bereich	Anstieg im niedrigen zweistelligen Bereich
Transfers	Entwicklung im Einklang mit dem Geschäft und den Kapazitäten von Märkte + Airline	Entwicklung im Einklang mit dem Geschäft und den Kapazitäten von Märkte + Airline

- Hotels & Resorts – Die Nachfrage nach unserem breiten und differenzierten Urlaubshotelangebot ist weiterhin stark. In der Folge verzeichnen wir höhere Auslastungen und Durchschnittspreise. Im Rahmen der kontinuierlichen Renovierung und Modernisierung unseres Portfolios erwarten wir einige routinemäßigen Hotelschließungen, insbesondere im ruhigeren zweiten Quartal. Infolgedessen liegt die Anzahl der verfügbaren Betten pro Nacht[10] für das Q2 um - 5 % und für das H2 um - 1 % unter dem Vorjahr. Die gebuchte Auslastung[11] fällt im Q2 um + 7 und im H2 um + 2 Prozentpunkte höher als im Vorjahr aus. Die Durchschnittsraten[12] liegen bei allen Hauptmarken über dem Vorjahr mit einem Plus von insgesamt + 7 % für das Q2 und von + 11 % für das H2. Voraussichtlich werden im zweiten Quartal die Kanarischen Inseln, das spanische Festland, Ägypten, die Kapverden sowie die Karibik die gefragtesten Destinationen sein, während es im Sommerhalbjahr Spanien, Griechenland und die Türkei sind.
- Kreuzfahrten – Nach der Indienststellung der Mein Schiff 7 im Juni 2024 haben unsere drei Marken im zweiten Quartal die vollständige Flotte von 17 Schiffen im Betrieb. Der Neubau Mein Schiff Relax soll die Flotte gegen Ende des Berichtszeitraums ergänzen. Durch die neuen Schiffe steigt die Anzahl der verfügbaren Passagiertage[13]. Im Q2 betrug der Zuwachs + 15 % und für das H2 + 23 %. Die kurzfristigen Änderungen der Reiserouten infolge der politischen Spannungen rund um den Suezkanal wirken sich insbesondere im Q2 auf die gebuchte Auslastung[14] mit einem Rückgang um – 2 Prozentpunkte aus. Bereinigt um diesen Effekt liegt die Auslastung in etwa auf dem Vorjahresniveau. Im H2 liegt die gebuchte Auslastung mit + 1 Prozentpunkt im Plus. Die Nachfrage nach unserem differenzierten Kreuzfahrtproduktangebot ist weiterhin stark. Infolge des geänderten Marken- und Routenmixes ist die Durchschnittsrate[15] im Q2 jedoch mit - 2 % rückläufig. Im H2 liegt sie bei + 3 %. Für die Sommersaison bietet das Segment eine breite Auswahl an Routen an. Die Mein Schiff-Flotte von dann acht Schiffen wird das Mittelmeer, Nordeuropa, die Ostsee, die Karibik und Asien ansteuern, während sich das Programm der Hapag-Lloyd Cruises-Flotte von fünf auf Europa, Amerika, Asien sowie Reisen in die Arktis konzentriert. Marella wird mit ihren fünf Schiffen Routen im Mittelmeerraum anbieten.
- TUI Musement – Wir setzen die Expansion unseres Geschäfts mit Touren und Aktivitäten 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 Q2 voraussichtlich um einen hohen einstelligen Prozentsatz und im H2 um einen niedrigen zweistelligen Prozentsatz steigen wird. Darüber hinaus erwarten wir ein steigendes Geschäft mit Transfers und Erlebnissen für unsere Gäste aus dem Märkte + Airline Bereich. Für das Geschäft mit Transfers erwarten wir für beide Zeiträume eine Entwicklung im Einklang mit unseren geplanten Kapazitäten im Bereich Märkte + Airline.

[9] Buchungszahlen für das Geschäftsjahr 2025 (ohne Blue Diamond im Segment Hotels & Resorts) im Vergleich zu den Buchungszahlen für das Geschäftsjahr 2024. Stand 2. Februar 2025
[10] Anzahl Öffnungstage multipliziert mit verfügbaren Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels
[11] Belegte Betten dividiert durch verfügbare Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Bette
[12] Umsatz aus Unterkunft und Verpflegung dividiert durch belegte Bettennächte der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels.
[13] Anzahl Betriebstage multipliziert mit verfügbaren Betten
[14] Anzahl erreichter Passagiertage dividiert durch verfügbare Passagiertage
[15] 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

Update zu unseren strategischen Entwicklungen

Die im Geschäftsbericht 2024 erläuterte Strategie der TUI Group[16] wird 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 Berichtszeitraum haben wir insbesondere folgende Meilensteine erreicht:

- Das Wachstum unseres Hotelportfolios soll durch die Erweiterung unseres Portfolios der zwölf differenzierten Hotelmarken in neuen und bestehenden Destinationen vorangetrieben werden. Dieses Wachstum wollen wir im Einklang mit unserem skalierbaren Asset-Right-Ansatz erreichen. Im Berichtsquartal haben wir unsere Präsenz in Asien weiter ausgebaut. Die Marke Robinson ist nun mit ihrem ersten Club in Vietnam präsent, der 318 Zimmer und Villen bietet. Darüber hinaus wurde das TUI Blue Berawa mit 119 Zimmern und 14 Villen auf Bali eröffnet, das erste Hotel der Marke in Indonesien. Damit verfügen wir über 19 Hotels in sieben Ländern Asiens.
- Digitalisierung und dynamische Produktion ermöglichen es uns, Auswahl, Flexibilität, Personalisierung und ein nahtloses Kundenerlebnis bei gleichzeitiger Skalierbarkeit und Effizienz zu bieten. Ein wichtiges Beispiel für unser Wachstum bei den dynamisch paketierten Produkten ist unsere Zusammenarbeit mit Ryanair. Seit Dezember 2024 bietet TUI UK und Irland auf ihren Webseiten Ryanair-Flüge für ihren Eigenvertrieb und Agenturen von Drittanbietern an. Unsere Kunden in beiden Ländern können nun einen TUI Urlaub kombiniert mit einem Ryanair-Flug mit einer großen Auswahl an Verbindungen buchen. Die neue Partnerschaft unterstützt die starke Entwicklung unserer dynamischen Produkte: Die Verkäufe in den Märkten UK und Irland der letzten vier Wochen liegen um + 25 % über dem Vorjahresniveau.
- Wir arbeiten weiter an der Verbesserung unserer App, die einen wichtigen Baustein für die Transformation unseres Geschäftsbereichs Märkte + Airline bildet. Unser Fokus liegt darauf, unseren Kunden das bestmögliche Einkaufserlebnis zu bieten und den Anteil der digitalen Verkäufe über die App weiter zu erhöhen. Die App-Verkäufe sind in UK am weitesten fortgeschritten, ihr Anteil macht 17,6 % aller Verkäufe im Q1 aus. Dies entspricht einer Steigerung von 45 % gegenüber dem Vorjahr. Die Zunahme des Traffics wurde durch alle Kundenkontaktpunkte, die für die App werben, unterstützt. Das starke Wachstum wurde durch eine Reihe von Verbesserungen im Buchungsprozess der App unterstützt, darunter Funktionen, die es Kunden ermöglichen, ihren „maßgeschneiderten" Urlaub schneller zu finden.

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

Ertragslage des Konzerns

Umsatz

Mio. €	Q1 2025	Q1 2024	Veränd. %
Hotels & Resorts	290,8	251,7	+ 15,5
Kreuzfahrten	175,9	166,8	+ 5,4
TUI Musement	231,1	194,9	+ 18,6
Urlaubserlebnisse	697,8	613,4	+ 13,8
Region Nord	1.638,6	1.441,5	+ 13,7
Region Zentral	1.918,7	1.633,5	+ 17,5
Region West	615,4	612,6	+ 0,5
Märkte + Airline	4.172,7	3.687,6	+ 13,2
Alle übrigen Segmente	1,6	1,6	- 0,9
TUI Group	**4.872,0**	**4.302,5**	**+ 13,2**
TUI Group (zu konstanten Wechselkursen)	**4.819,0**	**4.302,5**	**+ 12,0**

Bereinigtes EBIT

Mio. €	Q1 2025	Q1 2024 angepasst	Veränd. %
Hotels & Resorts	150,3	90,7	+ 65,8
Kreuzfahrten	48,2	34,5	+ 39,6
TUI Musement	- 2,3	- 10,7	+ 78,5
Urlaubserlebnisse	196,2	114,5	+ 71,3
Region Nord	- 88,5	- 50,4	- 75,4
Region Zentral	7,4	1,3	+ 468,7
Region West	- 44,0	- 46,3*	+ 4,9
Märkte + Airline	- 125,2	- 95,4*	- 31,1
Alle übrigen Segmente	- 20,2	- 13,1*	- 54,1
TUI Group	**50,9**	**6,0**	**+ 749,3**
TUI Group (zu konstanten Wechselkursen)	**65,7**	**6,0**	**+ 997,3**

EBIT

Mio. €	Q1 2025	Q1 2024 angepasst	Veränd. %
Hotels & Resorts	150,3	91,8	+ 63,8
Kreuzfahrten	48,2	34,5	+ 39,6
TUI Musement	- 3,8	- 12,1	+ 69,0
Urlaubserlebnisse	194,7	114,2	+ 70,6
Region Nord	- 92,1	- 51,7	- 78,1
Region Zentral	5,4	0,1	n. a.
Region West	- 45,0	- 44,2*	- 1,9
Märkte + Airline	- 131,8	- 95,8*	- 37,6
Alle übrigen Segmente	- 20,2	- 18,2*	- 11,3
TUI Group	**42,8**	**0,2**	**n. a.**

* Aufgrund der Umsegmentierung einer IT-Gesellschaft aus dem Segment Region West in Alle übrigen Segmente im aktuellen Geschäftsjahr wurde das Vorjahr angepasst.

Geschäftsentwicklung in den Segmenten

Urlaubserlebnisse

Mio. €	Q1 2025	Q1 2024	Veränd. %
Umsatz	697,8	613,4	+ 13,8
Umsatz zu konstanten Wechselkursen	702,3	613,4	+ 14,5
Bereinigtes EBIT	196,2	114,5	+ 71,3
Bereinigtes EBIT zu konstanten Wechselkursen	206,1	114,5	+ 79,9

Hotels & Resorts

Mio. €	Q1 2025	Q1 2024	Veränd. %
Gesamtumsatz[1]	510,2	448,4	+ 13,8
Umsatz	290,8	251,7	+ 15,5
Bereinigtes EBIT	150,3	90,7	+ 65,8
Bereinigtes EBIT zu konstanten Wechselkursen	159,3	90,7	+ 75,7
Verfügbare Bettennächte[2] (in Tsd.)	**9.053**	**8.813**	**+ 2,7**
Riu	3.613	3.518	+ 2,7
Robinson	732	781	- 6,3
Blue Diamond	1.547	1.519	+ 1,8
Auslastung[3] (in %, Veränderung in %-Pkt.)	**80**	**78**	**+ 2**
Riu	90	89	+ 1
Robinson	76	71	+ 5
Blue Diamond	78	83	- 5
Durchschnittsrate pro Tag[4] (in €)	**94**	**90**	**+ 4,6**
Riu	89	82	+ 7,8
Robinson	111	107	+ 3,4
Blue Diamond	161	150	+ 7,4

Die Umsatzgrößen enthalten alle vollkonsolidierten Gesellschaften, alle übrigen Kennzahlen inkl. Equity-Gesellschaften.

[1] Der Gesamtumsatz beinhaltet konzerninterne Umsätze.

[2] Anzahl Öffnungstage multipliziert mit verfügbaren Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels

[3] Belegte Betten dividiert durch verfügbare Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels

[4] Umsatz aus Unterkunft und Verpflegung dividiert durch Bettennächte der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels

Der Gesamtumsatz des Segments Hotels & Resorts stieg im ersten Quartal 2025 auf 510,2 Mio. €. Dies entspricht einer Verbesserung um + 13,8 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum (Q1 2024: 448,4 Mio. €). Das Segment setzt damit die bereits starke Entwicklung des Vorjahres fort. Das bereinigte EBIT stieg um + 59,7 Mio. € auf 150,3 Mio. € (Q1 2024: 90,7 Mio. €) und erreichte damit ein Q1-Rekordniveau[17]. Das Wachstum wurde wesentlich durch die verbesserte operative Leistung bei Riu sowie durch positive Bewertungseffekte von insgesamt rund 15 Mio. €, inklusive aus der Neubewertung von auf Fremdwährungen lautende Darlehensguthaben getragen. Beliebte Reiseziele in diesem Winter waren die Kanarischen Inseln, Ägypten sowie die Kapverden, wobei auch unser Langstreckenziel Mexiko eine hohe Nachfrage verzeichnete.

Die Kapazität betrug im Berichtsquartal insgesamt 9,1 Mio. verfügbare Bettennächte. Dieser Anstieg um + 3 % spiegelt den Ausbau unseres Portfolios in neuen und bestehenden Destinationen wider. Die Auslastung im gesamten Segment verbesserte sich um + 2 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahreswert und erreichte 80 %. Diese Entwicklung belegt die starke Nachfrage sowie den Vorteil unseres integrierten Geschäftsmodells. Die Durchschnittsrate pro Tag stieg um + 5 % gegenüber dem Vorjahr auf 94 €, die Verbesserung wurde durch alle unsere Hauptmarken unterstützt.

[17] Seit dem Merger der TUI AG mit TUI Travel PLC im Jahr 2014

Kreuzfahrten

Mio. €	Q1 2025	Q1 2024	Veränd. %
Umsatz[1]	175,9	166,8	+ 5,4
Bereinigtes EBIT	48,2	34,5	+ 39,6
Bereinigtes EBIT zu konstanten Wechselkursen	47,6	34,5	+ 38,0
Verfügbare Passagiertage[2] (in Tsd.)	**2.569**	**2.336**	**+ 10,0**
Mein Schiff	1.726	1.429	+ 20,8
Hapag-Lloyd Cruises	147	146	+ 0,7
Marella Cruises	695	760	- 8,6
Auslastung[3] (in %, Veränderung in %-Pkt.)	**95**	**96**	**- 1**
Mein Schiff	96	99	- 3
Hapag-Lloyd Cruises	64	73	- 9
Marella Cruises	98	93	+ 5
Durchschnittsrate pro Tag (in €)	**213**	**204**	+ 4,4
Mein Schiff[4]	181	169	+ 7,1
Hapag-Lloyd Cruises[4]	679	678	+ 0,1
Marella Cruises[5] (in £)	188	177	+ 6,2

[1] Der Umsatz enthält nicht die Umsätze von Mein Schiff und Hapag-Lloyd Cruises, da das Joint Venture TUI Cruises nach der Equity-Methode im Konzernabschluss bewertet wird.

[2] Anzahl Betriebstage multipliziert mit verfügbaren Betten

[3] Anzahl erreichter Passagiertage dividiert durch verfügbare Passagiertage

[4] Ticketumsatz dividiert durch erreichte Passagiertage

[5] Umsatz (Aufenthalt an Bord sowie integrationsbedingt inklusive aller Pauschalreiseelemente wie Transfer, Flug und Hotel) dividiert durch erreichte Passagiertage

Der Umsatz im Segment Kreuzfahrten enthält nur Marella Cruises und stieg im ersten Quartal 2025 im Vergleich zum Vorjahr um + 5,4 % auf 175,9 Mio. € (Q1 2024: 166,8 Mio. €). Das Segment erzielt einen Q1-Rekordwert[18] beim bereinigten EBIT (inklusive des Equity-Ergebnisses von TUI Cruises) von 48,2 Mio. €, ein Plus von + 13,7 Mio. € (Q1 2024: 34,5 Mio. €). Das Ergebnis nach Steuern (EAT, Earnings after Tax) von TUI Cruises erhöhte sich um + 4,5 Mio. € auf 33,1 Mio. € (Q1 2024: 28,6 Mio. €). Das Segment profitierte von der hohen Nachfrage nach unseren Kreuzfahrtprodukten in einem starken Buchungsumfeld und erzielte eine höhere Durchschnittsrate. Auch die Erweiterung der Flotte durch die Inbetriebnahme der Mein Schiff 7 im Juni 2024 trug zu der positiven Entwicklung bei. Die Anzahl der verfügbaren Passagiertage erhöhte sich um + 10 % auf 2,6 Mio. (Q1 2024: 2,3 Mio.). Ein planmäßiger Werftaufenthalt der Discovery 2 beeinflusste die Anzahl der verfügbaren Passagiertage bei Marella. Darüber hinaus wurde die Auslastung insbesondere bei TUI Cruises durch kurzfristige Änderungen der Reiserouten aufgrund der politischen Spannungen rund um den Suezkanal beeinträchtigt.

Mein Schiff – Zusammen mit dem jüngsten Neuzugang zur Flotte wurden im Berichtsquartal 2025 insgesamt sieben Schiffe eingesetzt, um Kreuzfahrten zu den Kanarischen Inseln, in den Orient, in die Karibik, nach Mittelamerika, Asien, Südafrika und Nordeuropa anzubieten. Die Auslastung blieb mit 96 % im Q1 2025 auf hohem Niveau (Q1 2024: 99 %). Die durchschnittliche Tagesrate lag mit 181 € um + 7 % über dem Vorjahr (Q1 2024: 169€). Diese Entwicklung belegt die starke Nachfrage nach unserem deutschsprachigen Premium-All-Inclusive-Produkt inklusive des neuen Schiffes.

Hapag-Lloyd Cruises – Das Programm der fünf Schiffe bestand im Q1 2025 aus Routen in Amerika, Asien, Afrika, im Südpazifik und in Europa sowie einer besonderen Halbumrundung der Antarktis. Die Auslastung betrug insgesamt 64 % im Vergleich zu 73 % im Vorjahr. Der Betrieb wurde insbesondere durch kurzfristige Änderungen der Reiserouten infolge der politischen Spannungen rund um den Suezkanal beeinträchtigt. Die durchschnittliche Tagesrate erreichte 679 € (Q1 2024: 678 €).

Marella Cruises – Die Flotte, bestehend aus fünf Schiffen, befuhr im Q1 2025 Routen zu den Kanarischen Inseln und in der Karibik. Unsere britische Marke erzielte einen Anstieg der Auslastung um + 5 Prozentpunkte auf 98 % (Q1 2024: 93 %). Die durchschnittliche Tagesrate stieg um + 6 % auf 188 £ (Q1 2024: 177 £).

[18] Seit dem Merger von TUI AG mit TUI Travel PLC im Jahr 2014

TUI Musement

Mio. €	Q1 2025	Q1 2024	Veränd. %
Gesamtumsatz[1]	313,6	268,6	+ 16,8
Umsatz	231,1	194,9	+ 18,6
Bereinigtes EBIT	- 2,3	- 10,7	+ 78,5
Bereinigtes EBIT zu konstanten Wechselkursen	- 0,9	- 10,7	+ 91,9

[1] Der Gesamtumsatz beinhaltet konzerninterne Umsätze.

Im Q1 2025 erhöhte sich der Umsatz von TUI Musement, unserem Geschäft für Touren und Aktivitäten, um + 18,6 % auf 231,1 Mio. € (Q1 2024: 194,9 Mio. €). Dieser Anstieg unterstreicht das Wachstum in diesem Segment, den Vorteil unseres integrierten Modells sowie den Ausbau des Vertriebs von Drittprodukten über B2B-Partner, die die TUI Musement Plattformtechnologie nutzen. Das bereinigte EBIT verbesserte sich mit -2,3 Mio. € um 8,4 Mio. € gegenüber dem Vorjahreswert (Q1 2024: -10,7 Mio. €). Diese Verbesserung wurde insbesondere durch höhere Erlebnisverkäufe und Gästetransfers in unserem Märkte + Airline-Geschäft erzielt, durch das Wachstum des B2C-Angebots von Erlebnissen und B2B-Angeboten mit Partnern sowie durch die Ausweitung des Portfolios eigener differenzierter Produkte weltweit.

Im Berichtsquartal wurden 6,0 Mio. Transfers von Veranstaltergästen in den Destinationen durchgeführt, dies entspricht einem Anstieg von + 10 % gegenüber dem Vorjahr (Q1 2024: 5,4 Mio.). Darüber hinaus hat TUI Musement 2,3 Mio. Erlebnisse in unseren weltweiten Destinationen verkauft, ein Wachstum von + 12 % gegenüber dem Vorjahr (Q1 2024: 2,0 Mio.). Eigene Produkte, wie die Ausflüge der TUI Collection und die National Geographic-Tagestouren werden von TUI Teams gemeinsam mit lokalen Anbietern entwickelt. Sie sind ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal und sollen profitables Wachstum unterstützen. Im Berichtszeitraum stieg der Verkauf der eigenen Erlebnisse, einschließlich unserer Flagship-Produkte der TUI Collection, um + 8 % auf 1,1 Mio. Zu den stark nachgefragten Erlebnissen gehörten die Sal Island-All Inclusive-4x4-Exkursion und die Katamarantour auf den Kapverden sowie die Green Canyon-Bootsfahrt mit dem Besuch des Manavgat Marktes inklusive Mittagessen in der Türkei.

Märkte + Airline

Mio. €	Q1 2025	Q1 2024 angepasst	Veränd. %
Umsatz	4.172,7	3.687,6	+ 13,2
Umsatz zu konstanten Wechselkursen	4.115,2	3.687,6	+ 11,6
Bereinigtes EBIT	- 125,2	- 95,4	- 31,1
Bereinigtes EBIT zu konstanten Wechselkursen	- 120,3	- 95,4	- 26,0
Direktvertrieb[1] (in %, Veränderung in %-Pkt.)	71	73	- 2
Online-Vertrieb[2] (in %, Veränderung in %-Pkt.)	48	50	- 2
Gästezahlen (in Tsd.)	3.727	3.514	+ 6,1

[1] Anteil der über eigene Vertriebskanäle (stationär und online) verkauften Reisen

[2] Anteil der über Online-Plattformen verkauften Reisen

Im ersten Quartal 2025 stieg der Umsatz um + 13,2 % auf 4.172,7 Mio. € (Q1 2024: 3.687,6 Mio. €). Dies unterstreicht die anhaltend hohe Nachfrage in einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld. Die Gästezahlen stiegen um + 6 % bei höheren Durchschnittspreisen. Das Wachstum wurde durch die Zunahme dynamisch paketierter Produkte unterstützt, die unseren Kunden eine größere Auswahl und Flexibilität bieten, ohne unsere Risikokapazität zu erhöhen. Wie erwartet und in unserer Präsentation für das Geschäftsjahr 2024 im Dezember 2024 dargelegt, beeinflusste ein höherer Investitionsvorlauf für die Sommersaison sowie der Kostenanstieg für das Emissionshandelssystem (ETS) die Ergebnisentwicklung. Infolgedessen fiel das bereinigte EBIT im Q1 2025 mit -125,2 Mio. € um 29,7 Mio. € geringer aus als im Vorjahr (Q1 2024: -95,4 Mio. €).

Im Q1 reisten 3.727 Tsd. Gäste mit uns, ein Plus von + 213 Tsd. Darin enthalten ist eine weiter wachsende Anzahl dynamisch paketierter Produkte, die um + 18 % auf 0,7 Mio. stiegen (Q1 2024: 0,6 Mio.). Die durchschnittliche Flugauslastung blieb mit 86 % auf dem Vorjahresniveau (Q1 2024: 86 %).

Kurz- und Mittelstreckenziele wie die Kanarischen Inseln, Ägypten, das spanische Festland und die Kapverden wurden erneut am stärksten nachgefragt. Zu den wichtigsten Langstreckenzielen gehörten im ersten Quartal Thailand, Mexiko und die Dominikanische Republik.

Im Rahmen unserer Transformation in ein digitales Plattformunternehmen treiben wir weiterhin unsere App-Verkäufe voran. Im ersten Quartal 2025 machten sie 9,2 % der gebuchten Gäste aus. Dies entspricht einem deutlichen Anstieg von + 39 % gegenüber dem ersten Quartal 2024. Zum Wachstum trugen alle Märkte bei.

Region Nord

Mio. €	**Q1 2025**	Q1 2024	Veränd. %
Umsatz	1.638,6	1.441,5	+ 13,7
Bereinigtes EBIT	- 88,5	- 50,4	- 75,4
Bereinigtes EBIT zu konstanten Wechselkursen	- 83,8	- 50,4	- 66,0
Direktvertrieb[1] (in %, Veränderung in %-Pkt.)	93	93	-
Online-Vertrieb[2] (in %, Veränderung in %-Pkt.)	69	68	+ 1
Gästezahlen (in Tsd.)	1.316	1.240	+ 6,1

[1] Anteil der über eigene Vertriebskanäle (stationär und online) verkauften Reisen

[2] Anteil der über Online-Plattformen verkauften Reisen

Die Region Nord umfasst die Quellmärkte UK und Nordische Länder.

Im Q1 2025 stieg der Umsatz um + 13,7 % auf 1.638,6 Mio. € (Q 1 2024: 1.441,5 Mio. €) durch höhere Volumina zu verbesserten Preisen in beiden Märkten. Das bereinigte EBIT lag im Q1 2025 mit -88,5 Mio. € erwartungsgemäß um 38,0 Mio. € unter dem Vorjahreswert (Q1 2024: -50,4 Mio. €). Ursächlich hierfür waren ein höherer Investitionsvorlauf vor der wichtigen Sommersaison sowie höhere ETS-Kosten.

Im Q1 2025 stieg die Gästezahl um + 6,1 % auf 1.316 Tsd. (Q1 2024: 1.240 Tsd.). Der Anteil des Online-Vertriebs blieb mit 69 % auf hohem Niveau und stieg um 1 Prozentpunkt (Q1 2024: 68 %). Das Niveau in den Nordischen Ländern war dabei erneut besonders hoch. Der Anteil des Direktvertriebs erreichte mit 93 % ebenfalls das hohe Niveau des Vorjahres (Q1 2024: 93 %).

Region Zentral

Mio. €	**Q1 2025**	Q1 2024	Veränd. %
Umsatz	1.918,7	1.633,5	+ 17,5
Bereinigtes EBIT	7,4	1,3	+ 468,7
Bereinigtes EBIT zu konstanten Wechselkursen	7,5	1,3	+ 483,2
Direktvertrieb[1] (in %, Veränderung in %-Pkt.)	49	52	- 3
Online-Vertrieb[2] (in %, Veränderung in %-Pkt.)	25	27	- 2
Gästezahlen (in Tsd.)	1.564	1.383	+ 13,1

[1] Anteil der über eigene Vertriebskanäle (stationär und online) verkauften Reisen

[2] Anteil der über Online-Plattformen verkauften Reisen

Die Region Zentral setzt sich aus den Quellmärkten Deutschland, Österreich, Schweiz und Polen zusammen.

Im ersten Quartal 2025 stieg der Umsatz bei höheren Volumina zu verbesserten Preisen um 17,5 % auf 1.918,7 Mio. € (Q1 2024: 1.633,5 Mio. €). Dies trug zu einer Ergebnisverbesserung in einem kostenintensiveren Umfeld bei. Das bereinigte EBIT belief sich auf 7,4 Mio. €, dies entspricht einer Verbesserung um + 6,1 Mio. € (Q1 2024: 1,3 Mio. €).

Insgesamt prägten insbesondere die höhere Nachfrage im wichtigen deutschen Markt sowie die Erweiterung des Winterprogramms in Polen den Anstieg der Gästezahlen um + 13,1 % auf 1.564 Tsd. (Q1 2024: 1.383). Der Anteil

des Online-Vertriebs ging mit 25 % um 2 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr zurück (Q1 2024: 27 %). Auch der Anteil des Direktvertriebs lag mit 49 % unter dem Vorjahreswert (Q1 2024: 52 %).

Region West

Mio. €	**Q1 2025**	Q1 2024 angepasst	Veränd. %
Umsatz	615,4	612,6	+ 0,5
Bereinigtes EBIT	- 44,0	- 46,3	+ 4,9
Bereinigtes EBIT zu konstanten Wechselkursen	- 44,1	- 46,3	+ 4,8
Direktvertrieb[1] (in %, Veränderung in %-Pkt.)	77	77	-
Online-Vertrieb[2] (in %, Veränderung in %-Pkt.)	60	59	+ 1
Gästezahlen (in Tsd.)	848	891	- 4,9

[1] Anteil der über eigene Vertriebskanäle (stationär und online) verkauften Reisen

[2] Anteil der über Online-Plattformen verkauften Reisen

Die Region West setzt sich aus den Quellmärkten Belgien, Niederlande und Frankreich zusammen.

Im Q1 2025 stieg der Umsatz des Segments um + 0,5 % auf 615,4 Mio. €, (Q1 2024: 612,6 Mio. €). Das bereinigte EBIT belief sich im Berichtsquartal auf -44,0 Mio. €, eine Verbesserung um + 2,3 Mio. € (Q1 2024: -46,3 Mio. €). Bei geringeren Gästezahlen wurde das Ergebnis durch verbesserte Preise in allen Quellmärkten gestützt.

Die Gästezahl war um 4,9% rückläufig und betrug 848 Tsd. (Q1 2024: 891 Tsd.). Der Anteil des Online-Vertriebs erreichte 60 % und war damit um + 1 Prozentpunkt höher als im Vorjahr (Q1 2024: 59 %). Der Anteil des Direktvertriebs lag mit 77 % auf dem Vorjahresniveau (Q1 2024: 77 %).

Alle übrigen Segmente

Mio. €	**Q1 2025**	Q1 2024 angepasst	Veränd. %
Umsatz	1,6	1,6	- 0,9
Bereinigtes EBIT	- 20,2	- 13,1	- 54,1
Bereinigtes EBIT zu konstanten Wechselkursen	- 20,1	- 13,1	- 53,2

In Allen übrigen Segmenten sind die Corporate Center-Funktionen der TUI AG und der Zwischenholdings, die Immobiliengesellschaften des Konzerns und die zentralen Funktionen der Touristik zusammengefasst.

Im Q1 2025 lag das bereinigte EBIT mit -20,2 Mio. € um 7,1 Mio. € unter dem Vorjahresquartal (Q1 2024: -13,1 Mio. €). Dieser Rückgang ist im Wesentlichen auf einen im Vorjahr enthaltenen positiven Effekt aus der Wertaufholung von Darlehen zurückzuführen.

Cash Flow / Investitionen / Nettofinanzposition

Der Mittelabfluss aus der operativen Geschäftstätigkeit von 1.668,4 Mio. € erhöhte sich im ersten Quartal 2025 um 3,5 % gegenüber dem Wert des Vorjahres.

Die Nettoverschuldung zum 31. Dezember 2024 in Höhe von 4,1 Mrd. € hat sich um 0,1 Mrd. € gegenüber dem Wert des Vorjahresstichtages (31. Dezember 2023: 4,0 Mrd. €) erhöht.

Nettofinanzposition

Mio. €	**31.12.2024**	31.12.2023	Veränd. %
Finanzschulden	2.935,7	2.988,8	- 1,8
Leasingverbindlichkeiten	2.826,1	2.789,1	+ 1,3
Finanzmittel	1.605,2	1.714,8	- 6,4
Kurzfristige verzinsliche Geldanlagen	53,5	79,8	- 33,0
Nettoverschuldung	**4.103,2**	**3.983,3**	+ 3,0

Nettosach- und Finanzinvestitionen

Mio. €	**Q1 2025**	Q1 2024 angepasst	Veränd. %
Bruttosachinvestitionen			
Hotels & Resorts	104,1	27,3	+ 281,3
Kreuzfahrten	35,1	21,7	+ 61,8
TUI Musement	5,2	5,2	-
Urlaubserlebnisse	144,4	54,3	+ 165,9
Region Nord	8,7	5,0	+ 74,0
Region Zentral	3,6	4,3	- 16,3
Region West	3,4	7,3	- 53,4
Märkte + Airline[1]	33,7	17,3	+ 94,8
Alle übrigen Segmente	30,5	33,6	- 9,2
TUI Group	**208,5**	**105,2**	**+ 98,2**
Nettovorauszahlungen auf Flugzeugbestellungen	34,7	61,1	- 43,2
Finanzinvestitionen	0,1	1,4	- 92,9
Desinvestitionen	- 12,4	- 123,8	+ 90,0
Nettosach- und Finanzinvestitionen	**230,8**	**43,9**	**+ 425,7**

[1] Inklusive Bruttosachinvestitionen der Flugzeugleasinggesellschaften in Höhe von 18,0 Mio. € für Q1 2025 (Q1 2024: 0,7 Mio. €)

Die Bruttosachinvestitionen der TUI Group lagen im ersten Quartal 2025 mit 208,5 Mio. € um 103,3 Mio. € über dem Vorjahreswert. Der deutliche Anstieg insbesondere im Geschäftsbereich Urlaubserlebnisse wurde wesentlich durch höhere Investitionen bei Riu im Segment Hotels & Resorts getragen. Höhere Bruttosachinvestitionen für Flugzeugwartungen im Bereich Märkte + Airline führten zu einem Anstieg im Vergleich zum Vorjahreswert. Der Rückgang der Desinvestitionen im Vergleich zum Q1 2024 war durch die im Vorjahr enthaltenen erhöhten Verkaufserlöse im Hotelbereich bedingt (Zuflüsse aus dem im Geschäftsjahr 2021 erfolgten Verkauf der Anteile an der RIU Hotels S.A. sowie aus dem Verkauf eines Hotels auf den Kapverden).

Die Nettosach- und Finanzinvestitionen von insgesamt 230,8 Mio. € erhöhten sich im Berichtszeitraum um 186,9 Mio. € gegenüber dem Vorjahreswert.

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.

Fremdwährungen/Treibstoff

%	Winter 2024/25	Sommer 2025	Winter 2025/26
Euro	98	83	43
US-Dollar	97	89	57
Treibstoff (Flugbenzin)	98	89	67

Stand: 2. Februar 2025

Vermögens- und Kapitalstruktur

Mio. €	31.12.2024	30.9.2024	Veränd. %
Langfristige Vermögenswerte	12.725,7	12.148,0	+ 4,8
Kurzfristige Vermögenswerte	4.061,4	5.268,8	- 22,9
Aktiva	**16.787,1**	**17.416,7**	**- 3,6**
Eigenkapital	2.125,2	1.774,3	+ 19,8
Rückstellungen	2.044,7	1.994,6	+ 2,5
Finanzschulden	2.935,7	1.902,4	+ 54,3
Übrige Verbindlichkeiten	9.681,5	11.745,3	- 17,6
Passiva	**16.787,1**	**17.416,7**	**- 3,6**

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Ungeprüfte verkürzte Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der TUI AG für die Zeit vom 1.10.2024 bis 31.12.2024

Mio. €	**Q1 2025**	Q1 2024	Veränd. %
Umsatzerlöse	4.872,0	4.302,5	+13,2
Umsatzkosten	4.610,9	4.106,5	+12,3
Bruttogewinn	**261,1**	**196,1**	+33,1
Verwaltungsaufwendungen	263,6	245,4	+7,4
Sonstige Erträge	1,1	7,3	- 84,9
Andere Aufwendungen	3,6	8,3	- 56,6
Wertminderungsaufwendungen (+) / -aufholungen (-) auf finanzielle Vermögenswerte	4,6	- 7,3	n. a.
Finanzerträge	30,7	18,7	+64,2
Finanzaufwendungen	107,7	121,8	- 11,6
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen	49,5	43,1	+14,8
Ergebnis vor Ertragsteuern	**- 37,1**	**- 103,1**	+64,0
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag (Aufwand (+), Ertrag (-))	- 6,7	- 19,6	+65,8
Konzernverlust	**- 30,4**	**- 83,5**	+63,6
Anteil der Aktionäre der TUI AG am Konzernverlust	- 85,4	- 122,6	+30,3
Anteil nicht beherrschender Gesellschafter am Konzerngewinn	55,0	39,1	+40,7

Konzern-Kapitalflussrechnung

Ungeprüfte verkürzte Konzern-Kapitalflussrechnung der TUI AG für den Zeitraum vom 1.10.2024 bis 31.12.2024

Mio. €	**Q1 2025**	Q1 2024
Konzernverlust	- 30,4	- 83,5
Abschreibungen (+) / Zuschreibungen (-)	232,5	207,8
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (+) / Erträge (-)	- 55,2	- 34,2
Zinsaufwendungen	107,5	121,1
Dividenden von Joint Ventures und Assoziierten Unternehmen	5,9	15,3
Gewinn (-) / Verlust (+) aus Abgängen von langfristigen Vermögenswerten	2,5	0,5
Zunahme (-) / Abnahme (+) der Vorräte	- 0,3	- 1,8
Zunahme (-) / Abnahme (+) der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte	1,7	357,5
Zunahme (+) / Abnahme (-) der Rückstellungen	22,2	- 37,7
Zunahme (+) / Abnahme (-) der Verbindlichkeiten (ohne Finanzschulden)	- 1.954,7	- 2.157,4
Mittelzufluss / -abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	**- 1.668,4**	**- 1.612,5**
Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	25,4	47,2
Ein- / Auszahlungen aus Abgängen von konsolidierten Gesellschaften (abzüglich abgegebener Finanzmittel aus Unternehmensverkäufen)	-	44,1
Ein- / Auszahlungen aus Abgängen sonstiger langfristiger Vermögenswerte	-	58,3
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	- 256,2	- 192,9
Einzahlungen aus Investitionen in konsolidierte Gesellschaften (abzüglich übernommener Finanzmittel aus Unternehmenskäufen)	-	2,9
Auszahlungen für Investitionen in sonstige Vermögenswerte	-	- 35,9
Mittelzufluss / -abfluss aus der Investitionstätigkeit	**- 230,8**	**- 76,2**
Auszahlungen für Anteilserhöhungen konsolidierter Gesellschaften	- 0,1	-
Dividenden von Tochterunternehmen an nicht beherrschende Gesellschafter	-	- 76,0
Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzschulden	880,0	1.720,6
Transaktionskosten aus der Aufnahme von Finanzschulden	-	- 0,4
Auszahlungen für die Tilgung von Anleihen und Finanzschulden	- 31,3	- 23,2
Auszahlungen für die Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	- 134,3	- 169,0
Auszahlungen für Zinsen	- 74,7	- 102,2
Mittelzufluss / -abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	**639,6**	**1.349,8**
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands	**- 1.259,6**	**- 338,9**
Entwicklung des Finanzmittelbestands		
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	**2.848,2**	**2.060,5**
Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelbestands	16,6	- 6,8
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands	- 1.259,6	- 338,9
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	**1.605,2**	**1.714,8**

Konzernbilanz

Ungeprüfte verkürzte Konzernbilanz der TUI AG zum 31.12.2024

Mio. €	**31.12.2024**	30.9.2024
Aktiva		
Geschäfts- oder Firmenwerte	3.006,4	2.998,7
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	603,8	589,6
Sachanlagen	4.075,6	3.697,4
Nutzungsrechte	2.715,7	2.538,7
Nach der Equity-Methode bilanzierte Unternehmen	1.587,8	1.507,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	143,9	131,7
Derivative Finanzinstrumente	64,6	16,7
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	11,1	11,2
Geleistete touristische Anzahlungen	198,0	168,8
Sonstige nichtfinanzielle Vermögenswerte	64,5	81,2
Tatsächliche Ertragsteueransprüche	-	17,2
Latente Ertragsteueransprüche	254,3	389,2
Langfristige Vermögenswerte	**12.725,7**	**12.148,0**
Vorräte	67,5	66,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	972,5	1.145,7
Derivative Finanzinstrumente	172,7	14,1
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	53,5	53,4
Geleistete touristische Anzahlungen	900,8	917,3
Sonstige nichtfinanzielle Vermögenswerte	229,1	188,6
Tatsächliche Ertragsteueransprüche	54,1	35,0
Finanzmittel	1.605,2	2.848,2
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	6,1	-
Kurzfristige Vermögenswerte	**4.061,4**	**5.268,8**
Summe Aktiva	**16.787,1**	**17.416,7**

Ungeprüfte verkürzte Konzernbilanz der TUI AG zum 31.12.2024

Mio. €	31.12.2024	30.9.2024
Passiva		
Gezeichnetes Kapital	507,4	507,4
Kapitalrücklage	7.980,4	7.980,4
Gewinnrücklagen	- 7.256,4	- 7.531,5
Eigenkapital vor nicht beherrschenden Anteilen	**1.231,5**	**956,4**
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter am Eigenkapital	893,7	817,9
Eigenkapital	**2.125,2**	**1.774,3**
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	617,9	630,7
Sonstige Rückstellungen	943,1	884,6
Langfristige Rückstellungen	**1.561,0**	**1.515,3**
Finanzschulden	2.354,1	1.543,6
Leasingverbindlichkeiten	2.163,4	2.057,4
Derivative Finanzinstrumente	13,8	44,1
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	44,7	43,3
Sonstige nichtfinanzielle Verbindlichkeiten	312,1	297,5
Tatsächliche Ertragsteuerverbindlichkeiten	11,8	8,5
Latente Ertragsteuerverbindlichkeiten	51,4	103,2
Langfristige Verbindlichkeiten	**4.951,3**	**4.097,7**
Langfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	**6.512,2**	**5.613,0**
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	29,0	33,7
Sonstige Rückstellungen	454,7	445,7
Kurzfristige Rückstellungen	**483,7**	**479,3**
Finanzschulden	581,7	358,8
Leasingverbindlichkeiten	662,7	582,4
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.095,9	3.393,2
Derivative Finanzinstrumente	194,5	415,3
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	134,4	125,1
Erhaltene touristische Anzahlungen	3.479,5	4.017,1
Sonstige nichtfinanzielle Verbindlichkeiten	492,6	557,6
Tatsächliche Ertragsteuerverbindlichkeiten	24,8	100,5
Kurzfristige Verbindlichkeiten	**7.665,9**	**9.550,0**
Kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	**8.149,6**	**10.029,3**
Summe Passiva	**16.787,1**	**17.416,7**

Alternative Performance-Kennzahlen

Die wesentliche finanzielle Steuerungsgröße des Konzerns ist das bereinigte EBIT. Das dem bereinigten EBIT zugrunde liegende EBIT definieren wir als das Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und dem Ergebnis aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten des Konzerns. In der Kennzahl EBIT sind Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte definitionsgemäß enthalten.

Bei der Berechnung des bereinigten EBIT aus dem EBIT bereinigen wir Einzelsachverhalte (einschließlich etwaiger Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte) und Aufwendungen aus Kaufpreisallokationen. Einzelsachverhalte sind Bereinigungen von Ertrags- und Aufwandspositionen, die aufgrund ihrer Höhe und Häufigkeit eine Beurteilung der operativen Ertragskraft der Segmente und des Konzerns erschweren oder verzerren. Zu diesen Posten gehören Gewinne aus der Veräußerung von Finanzanlagen, wesentliche Gewinne und Verluste aus dem Verkauf von Vermögenswerten sowie wesentliche Restrukturierungs- und Integrationsaufwendungen und etwaige Wertminderungen von Geschäfts- oder Firmenwerten. Effekte aus Kaufpreisallokationen, Anschaffungsnebenkosten und bedingte Kaufpreiszahlungen werden bereinigt. Die Aufwendungen aus Kaufpreisallokationen betreffen die Abschreibung von immateriellen Vermögenswerten aus Akquisitionen der Vorjahre.

Überleitung auf bereinigtes EBIT

Mio. €	**Q1 2025**	Q1 2024	Veränd. %
Ergebnis vor Ertragsteuern	**- 37,1**	**- 103,1**	**+64,0**
zuzüglich Nettozinsbelastung (ohne Aufwand / Ertrag aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten)	84,2	102,8	- 18,1
zuzüglich Aufwand/abzüglich Ertrag aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten	- 4,4	0,5	n. a.
EBIT	**42,8**	**0,2**	**n. a.**
Bereinigungen:			
zuzüglich zu bereinigender Einzelsachverhalte	2,8	0,6	
zuzüglich Aufwand aus Kaufpreisallokation	5,3	5,2	
Bereinigtes EBIT	**50,9**	**6,0**	**+748,3**

Das um Sondereffekte angepasste EBIT (bereinigtes EBIT) der TUI Group verbesserte sich im Q1 2025 um 44,9 Mio. € auf 50,9 Mio. €. Die im Q1 2025 bereinigten Nettoaufwendungen in Höhe von 2,8 Mio. € beinhalten Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 1,8 Mio. € in der Region Zentral, 1,0 Mio. € in der Region Nord und 0,3 Mio. € in der Region West. Diese werden teilweise ausgeglichen durch 0,3 Mio. € Erträge aus dem Sunwing Earn-Out aus dem Verkauf des Reiseveranstaltergeschäfts durch das nach der Equity-Methode bilanzierte Unternehmen Sunwing Travel Group Inc. in Ontario in der Region Nord im Geschäftsjahr 2023.

Die in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2024 bereinigten Nettoaufwendungen in Höhe von 0,6 Mio. € beinhalteten Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 5 Mio. € in Alle übrigen Segmente und 0,2 Mio. € in der Region Zentral, teilweise ausgeglichen durch 1 Mio. € Veräußerungsgewinne im Bereich Urlaubserlebnisse, 3 Mio. € aus der Auflösung nicht mehr benötigter Restrukturierungsrückstellungen in der Region West, Erträge in Höhe von 2 Mio. € aus dem Sunwing Earn-Out aus dem Verkauf des Reiseveranstaltergeschäfts durch das nach der Equity-Methode bilanzierte Unternehmen Sunwing Travel Group Inc. in Ontario in der Region Nord im vorangegangenen Geschäftsjahr sowie 1 Mio. € Veräußerungsverluste in Märkte + Airline.

Aufwendungen für Kaufpreisallokationen im Q1 2025 in Höhe von 5,3 Mio. € (Vorjahr 5,2 Mio. €) betrafen insbesondere die planmäßige Abschreibung immaterieller Vermögenswerte aus in den Vorjahren vorgenommenen Akquisitionen.

Kennzahlen der Gewinn- und Verlustrechnung

Mio. €	**Q1 2025**	Q1 2024	Veränd. %
EBITDA	**275,3**	**208,0**	+ 32,3
Abschreibungen abzgl. Zuschreibungen*	- 232,5	- 207,8	- 11,9
EBIT	**42,8**	**0,2**	n. a.
Ertrag/Aufwand aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten	- 4,4	0,5	n. a.
Nettozinsbelastung (ohne Aufwand/Ertrag aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten)	84,2	102,8	- 18,1
EBT	**- 37,1**	**- 103,1**	+ 64,0

* Auf Sach- und immaterielle Anlagen, Nutzungsrechte und sonstige Vermögenswerte

Weitere Segmentkennzahlen

Bereinigtes EBITDA

Mio. €	Q1 2025	Q1 2024 angepasst	Veränd. %
Hotels & Resorts	208,5	136,2	+ 53,1
Kreuzfahrten	73,1	56,7	+ 29,0
TUI Musement	5,0	- 3,7	n. a.
Urlaubserlebnisse	286,7	189,3	+ 51,5
Region Nord	- 11,3	22,8	n. a.
Region Zentral	32,4	26,5	+ 22,4
Region West	- 7,0	- 12,0	+ 42,0
Märkte + Airline	14,1	37,3	- 62,1
Alle übrigen Segmente	- 22,7	- 18,0	- 26,2
TUI Group	**278,1**	**208,5**	**+ 33,3**

EBITDA

Mio. €	Q1 2025	Q1 2024 angepasst	Veränd. %
Hotels & Resorts	208,5	137,3	+ 51,8
Kreuzfahrten	73,1	56,7	+ 29,0
TUI Musement	5,0	- 3,7	n. a.
Urlaubserlebnisse	286,7	190,4	+ 50,6
Region Nord	- 12,0	24,4	n. a.
Region Zentral	30,6	25,5	+ 20,2
Region West	- 7,3	- 9,2	+ 20,9
Märkte + Airline	11,3	40,7	- 72,2
Alle übrigen Segmente	- 22,8	- 23,1	+ 1,3
TUI Group	**275,3**	**208,0**	**+ 32,3**

Mitarbeitende

	31.12.2024	31.12.2023 angepasst	Veränd. %
Hotels & Resorts	20.745	19.702	+ 5,3
Kreuzfahrten*	86	73	+ 17,8
TUI Musement	7.148	7.714	- 7,3
Urlaubserlebnisse	27.979	27.489	+ 1,8
Region Nord	10.406	10.171	+ 2,3
Region Zentral	7.522	7.284	+ 3,3
Region West	5.363	5.076	+ 5,7
Märkte + Airline	23.291	22.531	+ 3,4
Alle übrigen Segmente	2.689	2.641	+ 1,8
TUI Group	**53.959**	**52.661**	**+ 2,5**

* Die Mitarbeitenden von TUI Cruises (Joint Venture) sind nicht inkludiert. Mitarbeitende auf den Kreuzfahrtschiffen werden primär über externe Crew Management-Agenturen angestellt.

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.

Finanzkalender

	Termine
Ordentliche Hauptversammlung 2025	11. Februar 2025
Halbjahresfinanzbericht H1 2025	14. Mai 2025
Quartalsmitteilung Q3 2025	13. August 2025
Buchungsupdate Q4 2025	23. September 2025
Geschäftsbericht 2025, Analysten- und Investorenkonferenz	10. Dezember 2025

Kontakte

Nicola Gehrt
Group Director Investor Relations
Tel.: + 49 (0)511 566 1435

Adrian Bell
Senior Investor Relations Manager
Tel.: + 49 (0)511 566 566 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

TUI AG
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover
Tel.: + 49 (0)511 566 00
www.tuigroup.com

Unter folgendem Link stehen diese am 11. Februar 2025 veröffentlichte Quartalsmitteilung in deutscher und englischer Sprache sowie die Präsentation und der Webcast zur Verfügung: www.tuigroup.com/de-de/investoren