

TUI GROUP

Zwischenergebnis für das erste Halbjahr (1. Oktober 2014 – 31. März 2015)

STARKE GESCHÄFTSENTWICKLUNG IM H1 – STRATEGISCHE AGENDA DEFINIERT

HIGHLIGHTS

- Verbesserung des bereinigten operativen Ergebnisses um 14% (ohne Berücksichtigung von Riu Waikiki und Refinanzierungsvorteil bei der Europa 2)
- Verbesserung des Ergebnisses der Quellmärkte durch gute Geschäftsentwicklung in den Regionen Nord und West
- Ehemalige TUI AG Hotels & Resorts-Sparte und Kreuzfahrten erzielen deutliche Steigerung der Ertragskraft
- Insgesamt erfreulicher Buchungsstand für Sommerprogramm 2015
- Weiterhin zuversichtlich, im Gesamtjahr 2014/15 einen Anstieg des bereinigten operativen Ergebnisses um 10% bis 15% zu erzielen¹
- Integrationsmaßnahmen nach Zusammenschluss kommen zügig voran
- Strategische Agenda ist definiert und neue operative Struktur umgesetzt
- Aufgrund unseres einzigartigen integrierten Geschäftsmodells und unserer klaren Wachstumsstrategie sind wir zuversichtlich, dass die TUI Group in den nächsten drei Jahren³ eine jährliche durchschnittliche Wachstumsrate von mindestens 10% bei unserem bereinigten operativen Ergebnis erzielen kann – weitere Einzelheiten werden heute bei unserem Capital Markets Update bekanntgegeben

FINANZKENNZAHLEN

Mio. €	Bereinigt			Berichtet	
	H1 14/15	H1 13/14 Angepasst ²	Veränd. %	H1 14/15	H1 13/14 Angepasst ²
Umsatz	6.940,1	6.470,4	+7,3	6.940,1	6.470,4
EBITA	-272,6	-341,4	+20,2	-368,9	-334,1
EBITA – exkl. Hotel- Veräußerungsgewinn, Effekt aus Ostertermin, Europa 2, Wechselkurse ¹	-292,0	-341,4	+14,4	n.a.	n.a.

EBITA: Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern, Nettozinsaufwendungen und Aufwendungen aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten sowie außerplanmäßigen Wertminderungen auf Geschäfts- und Firmenwerte

¹ Konstante Wechselkurse – d.h. für das bereinigte operative Ergebnis im aktuellen Geschäftsjahr und im Vorjahr werden konstante Fremdwährungsumrechnungskurse zugrunde gelegt

² Für weitere Erläuterungen zur Anpassung der Vorjahreswerte verweisen wir auf den Anhang zum Zwischenabschluss

³ Wachstum über einen Zeitraum von drei Jahren ab 2014/15 auf Basis konstanter Wechselkurse

Die Co-Vorstandsvorsitzenden der TUI Group, Friedrich Jousen und Peter Long, kommentieren das Ergebnis:

„Wir sind über das operative Halbjahresergebnis und den aktuellen Buchungsstand für das Sommerprogramm 2015 erfreut. Die Nachfrage nach TUI unique-Reisen ist weiterhin stark, und wir verzeichnen einen signifikanten Anstieg der Online-Buchungen. Unser Hotels & Resorts Segment entwickelte sich ebenfalls gut, und bei Kreuzfahrten hält das Wachstum aufgrund der Markteinführung der Mein Schiff 4 in diesem Juni und des verbesserten Flottenergebnisses von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten an. Auch unser Accommodation Wholesaler erzielt in diesem Jahr erneut zweistelliges TTV-Wachstum. Wir sind daher zuversichtlich, im Gesamtjahr bei unserem bereinigten Ergebnis einen Zuwachs von 10% bis 15% zu erzielen.¹

Wir sind der weltweit führende Touristikkonzern mit einer globalen Marke, einem attraktiven Hotelportfolio, einem wachsenden Kreuzfahrtgeschäft, einer modernen und effizienten Flugzeugflotte und direktem Zugang zu mehr als 20 Mio. Kunden. Unsere Strategie nimmt Gestalt an und führt zu ersten Ergebnissen. Wir wollen unser vertikal integriertes Geschäftsmodell durch ein beschleunigtes profitables Wachstum absichern. Im Rahmen dieser Strategie wollen wir das Kundenerlebnis weiter verbessern und den Shareholder Value steigern. Auf dieser Basis haben wir den Ausblick für den Konzern aktualisiert und sind zuversichtlich in den kommenden drei Jahren ein jährliches

Durchschnittswachstum von mindestens 10% bei unserem bereinigten operativen Ergebnis zu erzielen³. Dies werden wir heute Nachmittag ausführlicher bei unserem Capital Markets Update erläutern.“

H1-ERGEBNISSE

H1 Bereinigtes EBITA-Überleitung

	Mio. €
Bereinigtes EBITA H1 2013/14	-346
Anpassungen Vorjahr ²	5
Angepasstes bereinigtes EBITA H1 2013/14	-341
Operative Geschäftsentwicklung	35
Bereinigtes EBITA auf vergleichbarer Basis H1 2014/15	-306
Effekt aus frühem Ostertermin	14
Bereinigtes EBITA auf vergleichbarer Basis inkl. Ostereffekt H1 2014/15	-292
Veräußerungsgewinn aus Hotelverkauf (Riu Waikiki)	16
Finanzierungsvorteil aus Erwerb der Europa 2	5
Wechselkursumrechnung	-2
Bereinigtes EBITA H1 2014/15	-273

STARKE ENTWICKLUNG IM H1

- **Auf Konzernebene** ging der bereinigte operative Verlust (auf vergleichbarer Basis, ohne Ostereffekt) um 35 Mio. € auf 306 Mio. € zurück (H1 2013/14: Verlust von 341 Mio. €). Dies entspricht einer Verbesserung des bereinigten operativen Ergebnisses um 14%, bereinigt um einen Buchgewinn von 16 Mio. € aus dem Verkauf von Riu Waikiki im Segment Hotels & Resorts, dem erwarteten Finanzierungsvorteil von 5 Mio. € aus dem Erwerb der Europa 2 sowie einem negativen Umrechnungseffekt von 2 Mio. € aufgrund ungünstiger Wechselkurse.
- Unsere **Quellmärkte** Region Nord, Region Mitte und Region West (zuvor Mainstream) verbesserten ihren operativen Verlust um 6 Mio. € aufgrund einer guten Geschäftsentwicklung in den Regionen Nord und West, die teilweise durch den in der Region Mitte bestehenden Margendruck für Reisen auf die Kanaren kompensiert wurde.
- **Hotels & Resorts** (einschließlich der ehemaligen TUI Travel Hotels) erzielte eine Ergebnisverbesserung um 2 Mio. €, exkl. des Buchgewinns von 16 Mio. € aus dem Verkauf von Riu Waikiki sowie einem positiven Währungseffekt von 5 Mio. €.
- **Kreuzfahrten** verbesserte sich um 29 Mio. € (exkl. eines Finanzierungsvorteils von 5 Mio. € aus dem Erwerb der Europa 2). Hapag-Lloyd Kreuzfahrten gelang der Turnaround durch eine verbesserte operative Leistung. TUI Cruises erzielte weiteres Wachstum mit einer Verbesserung um 15 Mio. € im Vorjahresvergleich nach der erfolgreichen Markteinführung der Mein Schiff 3.
- **Hotelbeds Group** entwickelte sich auf Vorjahresniveau, inklusive eines positiven Währungseffekts von 3 Mio. €. Accommodation Wholesaler verzeichneten einen Anstieg von 33% im Transaktionsvolumen (TTV), zu dem das Marktwachstum insbesondere in Asien, den USA und in Deutschland beitrugen. Diese Entwicklung wurde teilweise durch die geringeren Ergebnisse bei den Zielgebietservices kompensiert, die in einigen Ländern die Auswirkungen instabiler politischer Rahmenbedingungen spürten.

ERFREULICHE BUCHUNGSENTWICKLUNG

- Insgesamt erfreulicher Buchungsstand für das Sommerprogramm 2015. Das Programm in den Quellmärkte ist zu 59% und damit auf Vorjahresniveau gebucht.
- Die Buchungen entwickeln sich sehr gut und liegen um 2% über Vorjahr. Die Durchschnittspreise sind im Vorjahresvergleich um 1% gestiegen.
- Online-Buchungen in den Quellmärkten legen um 11% zu.
- Mit einem Plus von 28% verzeichnen die Accommodation Wholesaler ein anhaltend starkes Wachstum des Transaktionsvolumens.

STRATEGISCHE AGENDA DEFINIERT

- Unsere Integration geht gut voran und nimmt weiter Fahrt auf. Die strategische Agenda ist festgelegt und neue betriebliche Strukturen sind bereits umgesetzt.
- Die LateRooms Group wurde in die Kategorie „zur Veräußerung bestimmt“ umgegliedert.
- Auf der Grundlage unseres Ergebnisses im H1 und der aktuellen Buchungslage bleiben wir **zuversichtlich, im Gesamtjahr einen Anstieg unseres bereinigten operativen Gewinns von 10% bis 15% zu erzielen.**
- Mit unserem integrierten Geschäftsmodell und unserer klaren Ausrichtung auf Wachstum wollen wir in den nächsten drei Jahren einen durchschnittlichen Zuwachs unseres bereinigten operativen Ergebnisses um mindestens 10% jährlich erzielen. Weitere Details veröffentlichen wir im Rahmen des heutigen Capital Markets Update (13. Mai 2015).

NEUE GESCHÄFTS-UND BERICHTSSTRUKTUR

Wie in unserer Meldung vom 12. Mai 2015 veröffentlicht, verläuft die Integration zügig und problemlos. Wir beschleunigen den organisatorischen Wandel und setzen auf flache Strukturen, um Entscheidungsprozesse zügig und flexibel treffen zu können. Klare Berichtsstrukturen unterstützen unser Wachstum und unsere Wertsteigerung. Unsere Berichterstattung gliedert sich zukünftig in Touristik und Übrige Geschäftsbereiche. Die Touristik beinhaltet Region Nord (Großbritannien, Nordische Länder, Kanada, Russland), Region Mitte (Deutschland, Österreich, Schweiz, Polen), Region West (Belgien, Niederlande, Frankreich), Hotels & Resorts (einschließlich ehemaliger TUI Travel Hotels), Kreuzfahrten (TUI Cruises, Hapag-Lloyd Kreuzfahrten) und Übrige Touristik (Corsair, zentrale Touristikfunktionen und Zielgebietservices ab Geschäftsjahr 2015/16). Übrige Geschäftsbereiche umfassen die Hotelbeds Group, die als eigenständige Einheit geführt wird, und die Specialist Group (ehemals Specialist & Activity). Die LateRooms Group wird als aufgegeben Bereich geführt, da sie zur Veräußerung bestimmt ist. Alle Funktionen in der Zentrale werden zusammengeführt. In diesem Bereich werden wir auch über unsere Corporate Streamlining-Maßnahmen berichten.

INSGESAM ERFREULICHE BUCHUNGSENTWICKLUNG IM WINTER 2014/15 UND SOMMER 2015

Winterprogramm 2014/15

In den Quellmärkten endete das Wintergeschäft 2014/15 entsprechend unseren Erwartungen. In den meisten Quellmärkten wurde ein gutes Preisniveau erzielt. Die Quellmarktbookungen lagen 1% über Vorjahr. Während die Buchungen in Großbritannien, Deutschland und den Benelux-Ländern stiegen, führten geplante Kapazitätskürzungen in den Nordischen Ländern und Frankreich teilweise zu einem gegenläufigen Effekt. Die Durchschnittspreise in den Quellmärkten sind um 1% gestiegen, trotz des Margendruckes in Deutschland für Reisen auf die Kanaren sowie bei Fernreisen. Gegenmaßnahmen wie die Vergabe von Fernstreckenflugleistungen an Drittanbieter in der kommenden Wintersaison wurden getroffen, um das Auslastungsrisiko zu begrenzen.

Die Buchungen unserer differenzierten Urlaubsangebote sind weiter gestiegen; sie lagen in allen Quellmärkten um 5% über Vorjahresniveau. Onlinebuchungen trugen weiterhin zum Wachstum bei. Sie sind im Vergleich zum Vorjahr um 7% gestiegen und machten 43% aller Buchungen aus (+ drei Prozentpunkte).

Der Buchungsstand bei den Hotels & Resorts spiegelte größtenteils die Entwicklung der Gästezahlen in den Quellmärkten wider, da ein Großteil der eigenen Hotelbetten von den Veranstaltern der Quellmärkte ausgelastet wird. Bei Kreuzfahrten wird der positive Geschäftsverlauf weiterhin durch die Erweiterung der TUI Cruises-Flotte um die Mein Schiff 4 und das verbesserte Ergebnis der Flotte von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten getrieben.

Unsere B2B-Portale (Accommodation Wholesaler) entwickeln sich weiter positiv mit einem Anstieg des Transaktionsvolumens um 28%, zu diesem Wachstum trugen alle Regionen bei.

Sommerprogramm 2015

Insgesamt verzeichnen wir wie im Vorjahr erfreuliche Buchungseingänge für das Sommerprogramm 2015. Das Programm ist zu 59% gebucht. Der Buchungsstand entwickelt sich sehr positiv und liegt um 2% über Vorjahresniveau. Die Durchschnittspreise liegen über alle Quellmärkte 1% über Vorjahresniveau. Besonders erfreulich ist der Buchungsverlauf in Großbritannien und den Benelux-Ländern. Mit einem Plus von 4% verzeichnen wir für alle Quellmärkte einen anhaltenden Zuwachs bei unseren TUI unique-Reisen. Wir erzielen ebenfalls einen weiteren Anstieg der Gästezahlen, die über unsere Eigenvertriebskanäle buchen. Der Anteil dieser Buchungen liegt 67% und ist somit um 2 Prozentpunkte gestiegen. Unser Onlinegeschäft machte 36% aller Buchungen aus; dies entspricht einem Anstieg um 11% im Vorjahresvergleich.

Buchungsentwicklung¹		Sommersaison 2015		
Veränd. %	Durchschnitts- reisepreis²	Umsatz²	Gästepersonen²	Verkauftes Veranstalter- programm (%)
Quellmärkte				
Großbritannien	-	+6	+6	62
Deutschland	+3	+6	+3	59
Nordische Länder	+3	-7	-10	62
Benelux	-	+2	+3	57
Quellmärkte Gesamt	+1	+3	+2	59
Accommodation Wholesaler³	+7	+28	+20	

¹ Stand 3. Mai 2015 (auf Basis konstanter Wechselkurse)

² Diese Kennzahlen umfassen sämtliche Kunden, ungeachtet einer etwaigen Ausfallgefährdung

³ Umsatz bezieht sich auf den Gesamttransaktionswert (TTV), Gästepersonen beziehen sich auf Übernachtungen

In Großbritannien ist das Programm zu 62% und damit besser als im Vorjahr gebucht; hier liegen die Buchungen um 6% über Vorjahresniveau und sind somit stärker gestiegen als die Kapazität, die um 4% ausgebaut wurde. Die Durchschnittspreise liegen auf Vorjahresniveau, dies spiegelt die Entwicklung der Vorlaufkosten wider. Wir haben unser TUI unique-Reiseangebot für die Sommersaison ausgebaut; es umfasst jetzt unter anderem drei neue Sensatori-Hotels auf Ibiza, Zypern und in der Türkei sowie neun neue Konzepthotels speziell für Paare. Die Buchungseingänge für unser TUI unique-Angebot sind um 5% gegenüber Vorjahr gestiegen. Unser Langstreckenprogramm verzeichnet weiterhin eine starke Nachfrage, speziell für Reisen nach Jamaika (+22%) und Mexiko (+37%). Online-Buchungen machen 50% der Sommerbuchungen aus und liegen damit um drei Prozentpunkte höher als im Vorjahreszeitraum.

In Deutschland sind die Buchungen um 3% gestiegen. Auch die Durchschnittspreise haben um 3% zugenommen. Wir verzeichnen weiterhin einen Zuwachs an Buchungen für unser TUI unique-Angebot mit einem Anstieg um 17%. Dieser Zuwachs wurde hauptsächlich durch einen weiteren Ausbau unseres unique-Programms, unter anderem durch neue Sensimar-Konzepthotels in Kroatien und Portugal, getrieben. Online-Buchungen liegen um 27% über Vorjahresniveau. Bislang ist das Programm zu 59% gebucht, dieser Wert entspricht insgesamt dem Vorjahresniveau. Aufgrund der aktuellen Buchungslage erwarten wir, dass die schwächere Entwicklung des Wintergeschäfts in der Sommersaison größtenteils aufgeholt werden wird und wir das Gesamtjahr insgesamt auf Vorjahresniveau abschließen.

In den Nordischen Ländern sind die Buchungszahlen zurückgegangen. Der Grund hierfür waren Kapazitätskürzungen, die als Reaktion auf die Wettbewerbssituation und den Anstieg kurzfristiger Buchungen initiiert wurden. Die Durchschnittspreise sind um erfreuliche 3% gestiegen. Die Quellmärkte in den Nordischen Ländern weisen den höchsten Anteil an Online-Buchungen auf; hier haben 71% der Gäste online gebucht. Dieser Anteil liegt in etwa auf Vorjahresniveau. Bislang ist das Programm zu 62% gebucht.

In den Benelux-Ländern ist das Programm, ähnlich wie im Vorjahr, zu 57% gebucht. Die Buchungseingänge liegen um 3% über Vorjahresniveau. Der Buchungsstand in Frankreich erweist sich weiterhin als Herausforderung, insbesondere bei Reisen in nordafrikanische Destinationen, so dass wir hier weiterhin Kapazitätsanpassungen vornehmen.

Hotels & Resorts verzeichnen eine gute Geschäftsentwicklung. Das Wachstum des bereinigten EBITA wird in diesem Jahr voraussichtlich durch eine höhere Auslastung und steigende Durchschnittspreise getrieben.

Wir erzielen weiterhin profitables Wachstum bei den Buchungen im Segment **Kreuzfahrten**, das teilweise durch die Indienststellung der Mein Schiff 4 im Juni dieses Jahres getrieben wird. Außerdem verzeichnet auch Hapag-Lloyd Kreuzfahrten eine bessere Geschäftsentwicklung.

Unser Accommodation Wholesaler-Geschäft berichtet einen zweistelligen Zuwachs mit einem Anstieg des Transaktionsvolumens (TTV) für das Sommerprogramm 2015 um 28%.

AUFGEGBENER GESCHÄFTSBEREICH

Wir haben beschlossen, uns von LateRooms Group zu trennen. Die LateRooms Group erbringt Unterkunftsleistungen an Endkunden über die Hotelbuchungsportale LateRooms, AsiaRooms und MalaPronta. LateRooms operiert vorrangig in Großbritannien. AsiaRooms ist in Asien und MalaPronta in Brasilien tätig. Die Trennung soll durch die Veräußerung von

LateRooms und die Schließung von AsiaRooms erfolgen. Mit einer Umsetzung der Veräußerung von LateRooms wird noch für dieses Geschäftsjahr gerechnet. Dementsprechend wird dieses Segment ab dem 31. März 2015 als aufgegebenen Geschäftsbereich klassifiziert.

In der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung wird das Ergebnis aus diesem aufgegebenen Geschäftsbereich getrennt von den Erträgen und Aufwendungen aus fortzuführenden Geschäftsbereichen erfasst und in einer separaten Zeile als Ergebnis aus aufgegebenem Geschäftsbereich gesondert ausgewiesen. Die Gewinn- und Verlustrechnungen der Konzernzwischenabschlüsse des Vorjahres wurden entsprechend angepasst. Im H1 2014/15 erzielte die LateRooms Group einen Umsatz von 31 Mio. €, ein bereinigtes Ergebnis von -9 Mio. € und ein EAT in Höhe von -19 Mio. € inkl. 13 Mio. € für die Schließung von AsiaRooms.

FLUGZEUG- UND KREUZFAHRT-VERMÖGENSWERTE

Am 2. März 2015 gab der Konzern bekannt, dass er seine Kreuzfahrtaktivitäten in Großbritannien durch den Erwerb der Splendour of the Seas von der Royal Caribbean Cruises Ltd. modernisieren wird. Das Schiff wird durch die Tochtergesellschaft TUI Cruises, ein Gemeinschaftsunternehmen von TUI Group und Royal Caribbean Cruises Ltd., erworben und an die britische Kreuzfahrtgesellschaft Thomson Cruises innerhalb des Konzerns verchartert. Die Splendour of the Seas wird ab Sommer 2016 auf dem britischen Markt eingesetzt. Das Schiff wird die Island Escape ersetzen, die zur Zeit von der Schwestergesellschaft der Thomson Cruises, Island Cruises, betrieben wird. Somit umfasst die Gesamtflotte in Großbritannien weiterhin fünf Schiffe. Zu Einzelheiten der Transaktion wurde Stillschweigen vereinbart.

Am 9. Januar 2015 erwarb der Konzern das Kreuzfahrtschiff Europa 2. Die Transaktion löst den bisherigen Chartervertrag für das 2013 neu in Dienst gestellte Schiff ab. Der Kaufpreis für das Schiff beträgt 278 Mio. €. Er setzt sich aus einer Zahlung in Höhe von 67 Mio. € an den bisherigen Eigentümer sowie die Übernahme der Fremdfinanzierung in Höhe von 211 Mio. € zusammen. Die Transaktion soll das EBITA im aktuellen Geschäftsjahr verbessern. Es wird erwartet, dass sich hieraus das operative Ergebnis ab dem Geschäftsjahr 2015/16 im Vergleich zum vorherigen Charter des Schiffes um jährlich 20 Mio. € verbessern wird.

Vor dem Hintergrund des anhaltenden Wachstums des deutschen Kreuzfahrtmarkts haben der Aufsichtsrat der TUI AG und das Board von Royal Caribbean Cruises im Mai beschlossen, die Kaufoptionen für die Mein Schiff 7 und Mein Schiff 8 in feste Bestellungen umzuwandeln. Die Schiffe sollen 2018 und 2019 ausgeliefert werden. Die neuen Kreuzfahrtschiffe werden etwas größer als ihre Vorgänger sein und jeweils 2.860 Betten haben. Beide Schiffe werden wie die anderen TUI Cruises Neubauten von der Werft Meyer Turku in Finnland gebaut. Der Kauf wird durch das Joint Venture TUI Cruises ohne weitere Beiträge der TUI AG oder Royal Caribbean Cruises finanziert. Im Zusammenhang mit der Ausübung der Kaufoption wurde vereinbart, in den nächsten Jahren die Mein Schiff 1 und Mein Schiff 2 zu Thomson Cruises zu transferieren, um die Modernisierung unserer britischen Kreuzfahrtflotte voranzutreiben. Mit diesen Maßnahmen richten wir unser Kreuzfahrtsegment weiter auf Wachstum und Modernisierung aus.

Am 12. Mai 2015 genehmigte der Aufsichtsrat die Umwandlung von zwei Bestellungen für Flugzeuge des Typs B787-8 zum Typ B787-9 sowie den Kauf von bis zu zwei zusätzlichen B787-9, die vor dem Sommer 2019 geliefert werden sollen. Dies eröffnet dem Konzern zusätzliche Wachstumschancen im Langstreckengeschäft. Diese Entscheidung basiert auf unserer Strategie zur Verbesserung von Kundenerlebnis und Umwelteffizienz sowie zur Erfüllung unserer durch den Zusammenschluss getriebenen Wachstumspläne. Bis zum Sommer 2015 werden wir unsere Gäste mit einer Flotte von 13 Flugzeugen des Typs B787-8 bedienen und erwarten die Auslieferung von bis zu vier weiteren Flugzeugen des Typs B787-9 bis zum Sommer 2019.

KAPITALSTRUKTUR

Am 24. Februar und 2. März gaben wir Rückzahlungserklärungen an die verbleibenden Anleihegläubiger der TUI AG-Wandelanleihe 2016 bzw. der TUI Travel-Wandelanleihe 2017 heraus. Die Anleihegläubiger konnten ihre Wandlungsrechte während der Wandlungsfrist ausüben. 99,3 % der TUI AG-Wandelschuldverschreibung 2016 wurden gewandelt, die übrigen Stücke wurden zurückgezahlt. Der letzte Tag, an dem die Anleihegläubiger ihre Wandlungsrechte TUI Travel-Anleihe 2017 ausüben durften, war der 10. April 2015. 99,5 % dieser Wandelschuldverschreibung wurden gewandelt, die restlichen Stücke wurden zurückgezahlt.

Auf der Grundlage der großen Zahl von Wandlungen aus der TUI AG-Wandelanleihe 2016 gaben wir am 24. März 2015 unsere Absicht bekannt, unsere Hybridanleihe im Nominalwert von 300 Mio. € bis zum 30. April 2015 zurückzuzahlen. Die Rückzahlung ist jetzt abgeschlossen.

Die langfristige Finanzierungsstruktur des Konzerns umfasst eine Revolving Credit Facility (einschließlich einer Bonding Facility) im Gesamtwert von 1,75 Mrd. €, fällig im Juni 2018, sowie eine Hochzinsanleihe in Höhe von 300 Mio. €, fällig im Oktober 2019.

NETTOVERSCHULDUNG UND LIQUIDITÄT

Die Nettoverschuldung (Finanzmittel abzüglich Kapitalmarktfinanzierung, Darlehen, Kontokorrentkredite und Finanzierungsleasinggeschäfte) lag zum 31. März 2015 bei 1.694 Mio. € (30. September 2014: Nettoliquidität von 293 Mio. €). Der Anstieg gegenüber dem Ende des vorangegangenen Geschäftsjahres beruhte auf dem typischen saisonalen Zahlungsmittelabfluss innerhalb der Quellmärkte. Die Nettoverschuldung umfasste Finanzmittel in Höhe von 1.045 Mio. €, kurzfristige Verbindlichkeiten in Höhe von 518 Mio. € und langfristige Verbindlichkeiten in Höhe von 2.221 Mio. €. Durch die Kündigung der 300 Mio. €-Hybridanleihe durch den Emittenten wurde dieses Finanzinstrument per Ende März als Finanzschulden klassifiziert.

FINANZERGEBNIS

Das Finanzergebnis verbesserte sich um 21 Mio. € auf -104 Mio. € (H1 2013/14: -125 Mio. €). Diese Entwicklung ist mit 44 Mio. € auf einen geringeren Zinsaufwand durch die Wandlung von Anleihen zurückzuführen (siehe hierzu Abschnitt Kapitalstruktur). Diese Entwicklung wurde teilweise durch gegenläufige Effekte im Zusammenhang mit dem Zusammenschluss kompensiert (ertragswirksame Realisierung abgegrenzter Ausgabekosten der Kreditlinie der TUI Travel PLC in Höhe von 14 Mio. €, Finanzaufwendungen von 3 Mio. € im Zusammenhang mit der vorzeitigen Ablösung der TUI Travel Bond Finanzierungsstruktur) und Zinsaufwendungen von 7 Mio. € im Zusammenhang mit der neu begebenen Hochzinsanleihe. Zusätzlich führte der teilweise darlehensfinanzierte Kauf der Europa 2 zu einem um 4 Mio. € höheren Zinsaufwand.

STEUERN VOM EINKOMMEN UND ERTRAG

Der im H1 entstandene Steuerertrag ist unter anderem auf den touristischen Saisonverlauf zurückzuführen. Infolge des Zusammenschlusses zwischen der TUI AG und TUI Travel PLC kam es im Q2 zu einer Neubewertung der aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträgen. Hieraus ergab sich ein Steuerertrag in Höhe von 123 Mio. €, insbesondere infolge der geplanten Reorganisation des deutschen ertragsteuerlichen Organkreises.

TREIBSTOFF/FREMDWÄHRUNGEN

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

Travel	Sommer 2015	Winter 2015/16
Euro	94%	75%
US Dollar	100%	77%
Flugbenzin	91%	75%
<i>Stand 1. Mai 2015</i>		

AUSBLICK

Wir verzeichnen einen insgesamt erfreulichen Buchungsstand für das Sommerprogramm 2015 mit anhaltend hoher Nachfrage nach unserem TUI unique-Reiseangebot und einem Anstieg der Online-Buchungen um 11%. Hotels & Resorts entwickeln sich gut, und Kreuzfahrten erzielt weiteres Buchungswachstum, getrieben durch die Markteinführung der Mein Schiff 4 im Juni dieses Jahres und der verbesserten Geschäftsentwicklung bei Hapag-Lloyd Kreuzfahrten. Auch unser Accommodation Wholesaler verzeichnet erneut zweistelliges TTV-Wachstum. Unser bereinigtes H1-Ergebnis liegt über Vorjahr, und auf der Grundlage unserer aktuellen Buchungseingänge sind wir weiterhin zuversichtlich, im Gesamtjahr einen Zuwachs unseres bereinigten operativen Ergebnisses auf Basis konstanter Wechselkurse um 10% bis 15% zu erzielen.

WACHSTUMSTRATEGIE

Unsere Strategie als weltweit führender Touristikonzern, die auf einer globalen Marke mit einem attraktiven Hotelportfolio, einer wachsenden Kreuzfahrtsflotte, einer modernen und effizienten Ferienfluggesellschaft mit Zugang zu mehr als 20 Millionen Kunden basiert, nimmt Gestalt an und erbringt Ergebnisse. Wir werden in diesem Jahr erste Synergieeffekte aus dem Zusammenschluss unserer Geschäfte heben und die Zukunft des vertikal integrierten

Geschäftsmodells sichern. Unser Geschäftsmodell unterscheidet uns durch die Nutzung unserer Größe und unserer führenden Positionen auf sämtlichen touristischen Wertschöpfungsstufen: Marketing & Vertrieb, Flug, Zielgebietservices sowie Unterkunft. Die Kombination unserer starken Marke TUI, unserer lokalen Wurzeln und lokalen Marktexpertise mit einer starken zentralen IT Plattform begründet unsere Einzigartigkeit. Wir erzielen Wachstum durch die Abdeckung einer größeren Zahl von Quellmärkten, unsere Expansion im Langstreckengeschäft dank einer modernen B787-Flotte, die Erschließung neuer Zielgebiete wie der Karibik, durch profitables Wachstum unserer starken Hotelmarken, überzeugende und exklusive internationale Hotelkonzepte und den weiteren Ausbau unseres Kreuzfahrtgeschäfts. All dies wird durch eine integrierte und sehr schlanke Organisation unterstützt, die zügige und flexible Entscheidungsprozesse ermöglicht.

Ziel unserer Wachstumsstrategie ist die weitere Verbesserung des Kundenerlebnisses sowie die Steigerung des Shareholder Value. Auf dieser Basis haben wir den Ausblick für unseren Konzern aktualisiert und wollen in den nächsten drei Jahren (zu konstanten Wechselkursen) einen durchschnittlichen Zuwachs unseres bereinigten operativen Ergebnisses um mindestens 10 % jährlich erzielen. Dabei werden wir unser Ergebnis steigern und zugleich die Marge in unseren Quellmärkten durch Effizienzsteigerungen und Synergieeffekte aus dem Zusammenschluss verbessern. Neben einem Wachstum in unseren Quellmärkten wollen wir unsere Hotelkonzepte und -aktivitäten ausbauen und zugleich deren Erträge und Auslastung steigern. Auch der Ausbau unserer profitablen TUI Cruises-Flotte und die Steigerung der Ertragskraft in unserem Luxuskreuzfahrtensegment stehen weiterhin im Fokus. Wir wollen das Wachstum und den Wert unserer übrigen Geschäfte maximieren und streben weiterhin die Verwertung unseres verbliebenen Anteils an der Hapag-Lloyd Containerschiffahrt an. Die Flexibilität unseres kundenorientierten Geschäftsmodells, unsere Bilanzstärke und strikte Finanzdisziplin sollen zusammen mit unserem Fokus auf die Generierung von Free-Cash Flow zu einer Wertsteigerung für alle Anteilseigner führen und uns die Fortsetzung unserer progressiven Dividendenpolitik ermöglichen.

Heute findet um 12.45 Uhr (BSZ)/13:45 Uhr (MESZ) unser Capital Markets Update statt, bei dem wir die Maßnahmen und unseren Ausblick, auf denen dieses Wachstum beruht, detaillierter vorstellen werden.

INFORMATIONEN UND WEBCAST FÜR INVESTOREN UND ANALYSTEN

H1-Bericht

Ein vollständiger Halbjahresbericht H1 2014/15 ist auf unserer Website zugänglich:

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

Eine Telefonkonferenz und ein Webcast für Investoren und Analysten findet um 8.00 Uhr BSZ/9.00 MESZ statt. Die Einwahlnummern lauten:

UK gebührenfrei: 0808 109 0700

International: +44 203 003 2666

Passwort: TUI Group

Eine zugehörige Präsentation steht um 7.00 Uhr BSZ/8.00 Uhr MESZ auf unserer Website zur Verfügung:

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

Capital Markets Update

Heute Nachmittag findet unser Capital Markets Update statt. Eine Präsentation für Analysten und Investoren erfolgt um 12.45 Uhr BSZ/13.45 Uhr MESZ im Shangri-la Hotel, The Shard, 31 Saint Thomas Street, London SE1 9QU, United Kingdom.

Die Präsentation wird live als Video-Webcast übertragen. Weitere Informationen erhalten Sie unter

www.tuigroup.com/de/investoren.

Zwischenmitteilung der Geschäftsführung & 9M-Ergebnisse

Die TUI Group veröffentlicht am Donnerstag, 13. August 2015, ihre 9M-Ergebnisse 2014/15.

ANFRAGEN VON ANALYSTEN UND INVESTOREN

Andy Long, Director of Investor Relations

Tel: +44 (0)1293 645 831

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

Sarah Coomes, Head of Investor Relations

Tel: +44 (0)1293 645 827

Tej Randhawa, Senior Investor Relations Manager

Tel: +44 (0)1293 645 829

Jacqui Smith, PA to Andy Long

Tel: +44 (0)1293 645 831

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

Nicola Gehrt, Head of Investor Relations

Tel: +49 (0)511 566 1435

Ina Klose, Investor Relations Manager

Tel: +49 (0)511 566 1318

Jessica Blinne, Team Assistant

Tel: +49 (0)511 566 1425