

## TUI GROUP

### Ergebnisse für das Gesamtjahr zum 30. September 2018

#### HIGHLIGHTS

- Viertes Jahr in Folge zweistelliges Ergebniswachstum nach dem Zusammenschluss, Zuwachs beim bereinigten EBITA<sup>1</sup> um 10,9 Prozent und weiterhin starker ROIC.
- TUI erzielte erneut eine starke Geschäftsentwicklung in einem schwierigen Marktumfeld. Dies stellt die erfolgreiche Transformation des Konzerns zu einem integrierten Anbieter von Urlaubserlebnissen mit einer starken strategischen Positionierung und doppelter Diversifizierung über Destinationen und Märkte unter Beweis.
- Für die Zukunft erwarten wir ein weiterhin starkes jährliches Ergebniswachstum bei reduzierter Saisonalität, hoher Cash Conversion Rate und starkem ROIC zu erzielen. Dabei wird unser Ergebnis von unseren Digitalisierungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen und unserer Differenzierungsstrategie durch den zielstrebigem Ausbau unserer eigenen Hotel- und Kreuzfahrtprodukte und des Segments Zielgebietserlebnisse profitieren.
- Basierend auf unserer Wachstumsstrategie bestätigen wir unsere Prognose, in den drei Jahren bis zum GJ20<sup>1,2</sup> einen durchschnittlichen Zuwachs beim bereinigten EBITA von mindestens 10 Prozent jährlich zu erzielen. Auf kürzere Sicht erwarten wir im GJ19<sup>1,3</sup>, einen Zuwachs beim bereinigten EBITA von mindestens 10 Prozent zu erzielen. Dabei wird das durch Investitionen, Digitalisierung und Effizienzsteigerungsmaßnahmen sowie durch unser doppelt diversifiziertes Geschäftsmodell erzielte Wachstum dazu beitragen, das anspruchsvolle Marktumfeld zu kompensieren.

#### WESENTLICHE FINANZKENNZAHLEN

| Gesamtjahr zum 30. September                             |                 | 2018     | 2017      | Veränd.       | Konstante Wechselkurse Veränd. <sup>1</sup> |
|--|-----------------|----------|-----------|---------------|---|
| Mio. €   |                 |          |           |               |   |
| Umsatz   | <b>19.524</b>   | 18.535   | +5,3%     | <b>+63%</b>   |   |
| Bereinigtes EBITA <sup>4</sup>                           | <b>1.147</b>    | 1.102    | +4,1%     | <b>+10,9%</b> |   |
| Berichtetes EBITA <sup>5</sup>                           | <b>1.060</b>    | 1.027    | +3,3%     | <b>+10,4%</b> |   |
| Bereinigtes Ergebnis pro Aktie <sup>6</sup>              | <b>1.17</b>     | 1.14     | +2,6%     | <b>+10,5%</b> |   |
| Vorsteuerergebnis <sup>7</sup>                           | <b>972</b>      | 1.080    | -10,0%    | <b>-3,7%</b>  |   |
| Anteil der Aktionäre der TUI AG am Konzerngesamtergebnis | <b>732</b>      | 645      | +13,6%    | <b>+22,7%</b> |   |
| Verschuldungsdeckungsgrad <sup>8</sup>                   | <b>2,7-fach</b> | 2,5-fach | -0,2-fach | n/a           |   |
| Kapitalrendite (ROIC) <sup>9</sup>                       | <b>23,0%</b>    | 23,6%    | -0,6%p.   | n/a           |   |
| Dividende pro Aktie                                      | <b>€0,72</b>    | €0,65    | +10,9%    | n/a           |   |

<sup>1</sup> Auf Basis konstanter Wechselkurse

<sup>2</sup> Durchschnittliches jährliches Ergebniswachstum über den Dreijahreszeitraum vom Basisjahr GJ17 bis zum GJ20

<sup>3</sup> Die Basis für die Prognose für das bereinigte EBITA beläuft sich auf 1.187 Mio. €. Der rebasierte Wert wurde um einen negativen Effekt aus der Neubewertung von auf Euro lautenden Darlehen türkischer Hoteleinheiten in Höhe von 40 Mio. € angepasst

<sup>4</sup> Das bereinigte EBITA wurde um Abgangsergebnisse von Finanzanlagen, Restrukturierungsaufwendungen nach IAS 37, Anschaffungsnebenkosten und bedingte Kaufpreiszahlungen bei Kaufpreisallokationen sowie andere Aufwendungen und Erträge aus Einzelsachverhalten korrigiert

<sup>5</sup> Das berichtete EBITA umfasst das Ergebnis vor Nettozinsergebnis, Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sowie Wertminderungen auf Geschäfts- und Firmenwerte und ohne das Ergebnis aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten

<sup>6</sup> Für die Berechnung des bereinigten Ergebnisses pro Aktie verweisen wir auf S. 39 des Geschäftsberichts

<sup>7</sup> Für eine Überleitung vom Vorsteuerergebnis auf die Kennzahl bereinigtes EBITA verweisen wir auf S. 65 des Geschäftsberichts

<sup>8</sup> Der Schuldendeckungsgrad errechnet sich als das Verhältnis von Brutto-Finanzschulden (einschließlich Netto-Pensionsverpflichtungen und beizulegendem Zeitwert der operativen Mietverträge) zu dem berichteten EBITDAR

<sup>9</sup> ROIC (Return On Invested Capital) errechnet sich als Quotient aus dem bereinigten EBITA und dem durchschnittlich gebundenen verzinslichen Kapital des Konzerns bzw. des relevanten Segments

## Geschäftsbericht und Investoren- und Analystenpräsentation sowie -webcast

Ein vollständiges Exemplar unseres Geschäftsberichts findet sich auf unserer Website: <http://www.tuigroup.com/de-de/investoren>. Eine Präsentation und ein Webcast für Investoren und Analysten findet heute um 9:30 Uhr GMT / 10:30 Uhr MEZ statt. Die Präsentation wird vor Beginn der Veranstaltung auf unserer Website zugänglich gemacht. Dort finden sich auch nähere Angaben zum Webcast, der später als Aufzeichnung zur Verfügung stehen wird.

### ERGEBNISSE GJ18

- Wir haben das vierte Jahr in Folge einen starken Ergebniszuwachs erzielt. Das bereinigte EBITA ist auf 1.147 Mio. € gestiegen, auf Basis konstanter Wechselkurse entspricht das einem Zuwachs von 10,9%. Diese anhaltend starke Ergebnisentwicklung stellt die erfolgreiche Transformation zu einem integrierten Anbieter von Urlaubserlebnissen mit einer starken strategischen Positionierung und einer doppelten Diversifizierung über Märkten und Destinationen unter Beweis.

|  |              |
|--|--------------|
| <b>Mio. €</b>  |              |
| <b>Bereinigtes EBITA GJ17</b>  | <b>1.102</b> |
| Urlaubserlebnisse  | +176         |
| Märkte & Airlines (ehemals Vertrieb & Marketing)                             | -44          |
| Alle übrigen Segmente  | -22          |
| Veräußerungserlöse aus dem Verkauf von Riu-Hotels (Nettoveräußerungserlöse)  | +43          |
| Niki-Insolvenz   | -20          |
| Störungen des Flugbetriebs   | -13          |
| <b>Bereinigtes EBITA GJ18 exkl. Wechselkurseffekt</b>                        | <b>1.222</b> |
| Wechselkurseffekt <sup>10</sup>  | -75          |
| <b>Bereinigtes EBITA GJ18</b>  | <b>1.147</b> |
| Rebasierung aus der Neubewertung von Euro-Darlehen türkischer Hoteleinheiten | +40          |
| <b>GJ18 rebasiert für Ergebnisprognose für GJ19</b>                          | <b>1.187</b> |

<sup>10</sup> Beinhaltet einen negativen Effekt in Höhe von 40 Mio. € aus der Neubewertung von auf Euro lautenden Darlehen türkischer Hoteleinheiten infolge der schwächeren türkischen Lira. Der rebasierte Wert für das GJ18, der um diesen Effekt angepasst wurde und die Grundlage für die Ergebnisprognose bildet, beträgt 1.187 Mio. €

- Der erhebliche Zuwachs beim bereinigten EBITA wurde von einer starken Geschäftsentwicklung im Bereich Urlaubserlebnisse bei einer anhaltend hohen Nachfrage nach unserem Portfolio an Hotels und Clubs, Kreuzfahrten und Zielgebietserlebnisse getragen. Das Segment Märkte & Airlines erzielte einen Zuwachs von 4,7% bei den Gästezahlen und eine weitere Steigerung des Direkt- und Onlinevertriebs. Die Markenmigration zur Marke TUI ist mittlerweile in allen Märkten erfolgreich abgeschlossen worden. Wie bereits im Rahmen der Q3-Berichterstattung und unserem Buchungsupdate beschrieben, war die Möglichkeit einer Übererfüllung der Prognose durch Märkte & Airlines infolge der anhaltend guten Wetterlage in Nordeuropa in diesem Sommer und der Störungen des Flugbetriebs in einem weiterhin herausfordernden Marktumfeld eingeschränkt.

| Bereinigtes EBITA in Mio. €  | GJ18 auf Basis konstanter Wechselkurse <sup>1</sup> | GJ17           | Veränd. auf Basis konstanter Wechselkurse | GJ18 auf Basis tatsächlicher Wechselkurse | Veränd. auf Basis tatsächlicher Wechselkurse |
|------------------------------|---|----------------|---|---|--|
| Hotels & Resorts             | 494,5   | 356,5          | +138,0                                    | 425,7                                     | +69,2  |
| Kreuzfahrten                 | 324,6   | 255,6          | +69,0                                     | 324,0                                     | +68,4  |
| Zielgebietserlebnisse        | 46,9  | 35,1           | +11,8                                     | 44,7                                      | +9,6   |
| <b>Urlaubserlebnisse</b>     | <b>866,0</b>  | <b>647,2</b>   | <b>+218,8</b>                             | <b>794,4</b>                              | <b>+147,2</b>                                |
| Region Nord                  | 251,1   | 345,8          | -94,7                                     | 254,1                                     | -91,7  |
| Region Zentral               | 89,4  | 71,5           | +17,9                                     | 89,1                                      | +17,6  |
| Region West                  | 109,3   | 109,2          | +0,1                                      | 109,3                                     | +0,1   |
| <b>Märkte &amp; Airlines</b> | <b>449,8</b>  | <b>526,5</b>   | <b>-76,7</b>                              | <b>452,5</b>                              | <b>-74,0</b>                                 |
| Alle übrigen Segmente        | -94,1   | -71,6          | -22,5                                     | -99,9                                     | -28,3  |
| <b>TUI Group Gesamt</b>      | <b>1.221,7</b>                                      | <b>1.102,1</b> | <b>+119,6</b>                             | <b>1.147,0</b>                            | <b>+44,9</b>                                 |

- **Das Segment Hotels & Resorts erzielte einen starken Ergebniszuwachs mit einem Anstieg des ROIC auf 14,5% (gegenüber den durchschnittlich gewichteten Segment-Kapitalkosten von 7,9%).**
  - Unsere Portfoliostrategie zahlt sich weiterhin aus – der Ergebniszuwachs (ohne Netto-Veräußerungserlöse) wurde durch eine signifikante Verbesserung der Ergebnisse in unseren Hotels in der Türkei und Nordafrika, eine starke Nachfrage nach Griechenland und eine anhaltend hohe Nachfrage nach Reisen in die Karibik getragen. Spanien bleibt weiterhin eine unserer wichtigsten Destinationen. Wie erwartet, hat sich die Nachfrage hier im GJ18 normalisiert.
  - Die Auslastung stieg von 79% auf 83%, die Durchschnittsrate lag um 2% über dem Vorjahresniveau.
  - Der ROIC stieg zum vierten Mal in Folge. Der Anstieg auf 14,5% stellt die Attraktivität unseres Portfolios an Hotel- und Clubmarken in vielen Destinationen, unsere Vertriebsstärke und unseren disziplinierten Investitionsansatz unter Beweis.
  - Wir haben seit dem Zusammenschluss 44 neue Hotels eröffnet. Etwa 60% dieser Neueröffnungen sind Hotels mit geringerer Kapitalbindung (im Rahmen von Managementverträgen oder als Joint Ventures, d.h. z.B. nur zu 50% im Eigentum, betrieben). Wir sind weiterhin auf Kurs, um unsere Zielsetzung, etwa 60 neue Hotels bis zum Ende des GJ19 zu eröffnen, zu realisieren.
  - Für weitere Erläuterungen zum Segment Hotels & Resorts verweisen wir auf Seite 68 des Geschäftsberichts.
  
- **Das Segment Kreuzfahrten erzielte erneut einen starken Ergebniszuwachs mit einem Anstieg des ROIC auf ein Rekordniveau von 22,8% (gegenüber den durchschnittlichen gewichteten Segment-Kapitalkosten von 6,2%).**
  - Der Ergebniszuwachs war durch die Indienststellung neuer Schiffe in Deutschland und Großbritannien sowie die anhaltend hohe Auslastung und Durchschnittsraten aller Flotten getragen.
  - Trotz des Kapazitätsausbaus sind die Durchschnittsraten aller drei Flotten gestiegen. Dies stellt die Robustheit der Nachfrage nach unseren Marken unter Beweis.
  - Das Segment erzielte einen Rekord-ROIC von 22,8%. Dies spiegelt unsere Equity-Beteiligung an TUI Cruises sowie eine starke Geschäftsentwicklung unserer Tochtergesellschaften Marella Cruises und Hapag-Lloyd Cruises wider.
  - Für weitere Erläuterungen zum Segment Kreuzfahrten verweisen wir auf Seite 69 des Geschäftsberichts.
  
- **Das Segment Zielgebietserlebnisse erzielte einen erheblichen Zuwachs bei bereinigten EBITA mit einem starken ROIC von 26%.**
  - Die Geschäftsentwicklung wurde durch höhere Gästezahlen in der Türkei, Griechenland und Nordafrika, Effizienzsteigerungen in Spanien, Portugal und Griechenland und die Einbeziehung der Ergebnisse des Bereichs Destination Management nach dem Abschluss der Übernahme von Hotelbeds Group im August 2018 getragen.
  - Für weitere Erläuterungen zum Segment Zielgebietserlebnisse verweisen wir auf Seite 70 des Geschäftsberichts.
  
- **Das Segment Märkte & Airlines (zuvor Vertrieb & Marketing) erzielte in einem herausfordernden Marktumfeld einen weiteren Zuwachs der Gästezahlen sowie Ergebniszuwächse in mehreren Quellmärkten.**
  - Trotz des anhaltend warmem Wetters im Sommer und der Störungen des Flugbetriebs erzielten wir in mehreren Quellmärkten einen Ergebniszuwachs sowie einen Anstieg der Gästezahlen um 4,7%.
  - Der Anteil des Direkt- und Onlinevertriebs stieg auf 74% (von 73%) bzw. 48% (von 46%). Die Markenmigration zu TUI ist mittlerweile in allen relevanten Märkten abgeschlossen.
  - Die anhaltend hohe Weiterempfehlungsrate (NPS) von 50 stellt die Stärke unseres Kundenangebots und unseren Fokus auf einzigartige Urlaubserlebnisse für unsere Gäste unter Beweis.
  - Wir fokussieren uns auf die Realisierung weiterer Effizienzverbesserungen durch die Zusammenführung unserer drei regionalen Geschäftsbereiche und die Vorteile der Digitalisierung. Nach dem erfolgreichen Abschluss der Markenmigration haben wir jetzt einen gemeinsamen CEO für das Vorstandsressort Märkte & Airlines eingesetzt und haben weiteres Potenzial für eine Angleichung der Geschäftsprozesse und Gemeinkosten identifiziert. Außerdem werden wir die Synergieeffekte aus One Aviation weiter ausbauen.
  - Für weitere Erläuterungen zum Segment Märkte & Airlines verweisen wir auf Seite 70 des Geschäftsberichts.
  
- Das bereinigte EBITA für das Segment Alle übrigen Segmente spiegelt den Effekt geplanter Instandhaltungsaufwendungen für die Wartung von Flugzeugen zu Beginn des Jahres und einen Vorfall beim Schleppen eines Flugzeugs im Q4 wider. Beide Effekte betrafen Corsair.
  
- Mit einem Zuwachs von 10,4% stieg das berichtete EBITA auf Basis konstanter Wechselkurse signifikant an. Dies war auf eine starke Geschäftsentwicklung und das disziplinierte Management der Einzelsachverhalte zurückzuführen. Für weitere Angaben zu den Bereinigungen verweisen wir auf Seite 66 des Geschäftsberichts. Zur Realisierung weiterer Harmonisierungseffekte und Effizienzsteigerungen im Segment Märkte & Airlines erwarten wir für das GJ19 einen Anstieg der Bereinigungen auf etwa 125 Mio. €.

- Das bereinigte Ergebnis pro Aktie stieg auf 1,17 € bzw. um 10,5% auf Basis konstanter Wechselkurse. Dies war auf eine starke Geschäftsentwicklung, niedrigere Finanzierungskosten und einen weiterhin niedrigen bereinigten effektiven Steuersatz von 20% zurückzuführen. Zu der Berechnung des bereinigten Ergebnisses pro Aktie verweisen wir auf Seite 39 des Geschäftsberichts.
- Der Rückgang des Vorsteuerergebnisses in Relation zu der starken EBITA-Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr spiegelt die Einbeziehung eines Veräußerungsgewinns von 172 Mio. € aus dem Verkauf unserer Beteiligung an Hapag-Lloyd AG im Vorjahr wider, die teilweise durch niedrigere Nettofinanzierungskosten kompensiert wurde.
- Wir operieren innerhalb eines klar definierten und disziplinierten Rahmens für die Kapitalallokation. Unser starker Cash Flow ermöglicht es uns, zu investieren, Dividenden zu zahlen und die Bilanz zu stärken. Seit dem Zusammenschluss haben wir Veräußerungserlöse von rund 2 Mrd. € generiert, die wir vor allem in unser margenstärkeres, weniger saisonales und profitableres Segment Urlaubserlebnisse reinvestiert haben. Hier ist unser Ziel einen ROIC von durchschnittlich mindestens 15% auf Neuinvestitionen zu erzielen. Wir investieren auch über separate Joint Ventures, nutzen hocheffiziente Asset Finance- und sonstige Finanzierungsinstrumente sowie Hotelmanagementverträge mit geringerer Kapitalbindung zur Optimierung des für die Anteilseigner verfügbaren Cash Flows. Schließlich verfolgen wir eine klare Finanzpolitik, um die Bilanzstabilität zu sichern, und streben eine Verschuldungsdeckung des 3,0- bis 2,25-fachen Ergebnisses und eine Zinsdeckung in Höhe des 5,75- bis 6,75-fachen Ergebnisses an.

## DIVIDENDE

Wir verpflichten uns, weiterhin attraktive Renditen für unsere Aktionäre zu erwirtschaften, und empfehlen eine Erhöhung der Dividende. Dabei ist die Steigerung der Dividende an das Wachstum des bereinigten Ergebnisses auf Basis konstanter Wechselkurse gekoppelt. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen eine Dividende von 72 Cent pro Aktie für das GJ 2018 vor. Unter Vorbehalt der Zustimmung der Hauptversammlung am 12. Februar 2019, wird die Dividende am 15. Februar 2019 an die Anteilseigner bzw. am 26. Februar 2019 an die Inhaber von Depositary Interests ausgeschüttet, die bei Börsenschluss am 12. Februar 2019 entsprechende Aktien halten. Für das GJ19 verpflichten wir uns weiterhin, die Dividende pro Aktie im Einklang mit dem Wachstum des bereinigten Ergebnisses<sup>1,3</sup> zu steigern.

## TREIBSTOFF/FREMDWÄHRUNGEN

Unsere Strategie, den Großteil unseres Treibstoff- und Fremdwährungsbedarfs für zukünftige Saisons wie nachstehend beschrieben abzusichern, wird unverändert fortgesetzt. Sie verschafft uns stärkere 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 unseren Quellmärkten abgesichert ist, die über 90% des Gesamtbedarfs des Konzerns an Währung und Treibstoff ausmachen.

|            | Winter 2018/19 | Sommer 2019 | Winter 2019/20 |
|------------|----------------|-------------|----------------|
| Euro       | 96%            | 72%         | 38%            |
| US-Dollar  | 90%            | 76%         | 42%            |
| Treibstoff | 92%            | 87%         | 56%            |

Stand 6. Dezember 2018

## AUSBLICK UND ERWARTETE ENTWICKLUNG

Im GJ18 haben wir zum vierten Mal in Folge seit dem Zusammenschluss ein zweistelliges Ergebniswachstum sowie einen anhaltend starken ROIC erzielt. In einem schwierigen Marktumfeld zeigte TUI erneut eine starke Geschäftsentwicklung. Dies stellt die erfolgreiche Transformation des Unternehmens zu einem integrierten Anbieter von Urlaubserlebnissen mit einer starken strategischen Positionierung und doppelter Diversifizierung über Destinationen und Märkte unter Beweis. Für die Zukunft erwarten wir, weiterhin Wachstum zu erzielen, das durch die Vorteile der Digitalisierung sowie Effizienzsteigerungsmaßnahmen und unsere Diversifizierungsstrategie infolge der disziplinierten Expansion unserer Hotel-Kreuzfahrt- und Zielgebietserlebnisse-Produkte getragen wird.

Im Segment Hotels & Resorts werden wir dank unseres diversifizierten Portfolios weiterhin von einer steigenden Nachfrage nach der Türkei und Nordafrika profitieren, während sich die Nachfrage nach Spanien einschließlich der Kanaren normalisieren wird. Auch unsere Ganzjahresdestinationen wie Mexiko, die Karibik und die Kapverden verzeichnen weiterhin eine starke Nachfrage. Wir werden unser Portfolio an Destinationen weiter ausbauen und haben für das GJ19 und darüber hinaus zahlreiche Hoteleröffnungen geplant. Wir sind weiterhin auf Kurs, um während des Zeitraums zwischen dem Zusammenschluss bis zum Ende des GJ19 etwa 60 Hotels zu eröffnen.

Für das GJ19 planen wir für unsere Kreuzfahrtmarken die Indienstellung von drei neuen Schiffen. Die Buchungsentwicklung für die neuen Schiffe und die Schiffe der bestehenden Flotte verläuft gut und wir verzeichnen anhaltend gute Raten. Zwei Schiffe (die Marella Spirit und die Hanseatic der Hapag-Lloyd Cruises) wurden im Herbst 2018 ausgemustert. Fünf weitere Neubauten sind für TUI Cruises und Hapag-Lloyd Cruises bestellt worden und sollen zwischen Ende 2019 und dem GJ26 ausgeliefert werden, wir werden so unsere führende Rolle im deutschsprachigen Kreuzfahrtmarkt weiter ausbauen.

Im Zuge des Ausbaus unseres Zielgebietserlebnisse-Geschäfts haben wir vor kurzem die Sparte Destination Management und die Gesellschaft Musement erworben. Dadurch haben wir unsere Präsenz von 23 auf 49 Länder ausgebaut und gehen von einem Offline- zu einem voll digitalisierten Geschäft über. Wir entwickeln auch unsere maßgeschneiderten TUI-Tours Angebote weiter. Die Erreichung dieser strategischen Ziele wird im GJ19 zusätzliche Investitionen in die digitale Plattform (als Betriebsaufwendungen) erfordern.

Im Segment Märkte & Airlines fokussieren wir uns auf eine Zusammenführung und Harmonisierung des Geschäfts, insbesondere im Hinblick auf Geschäftsprozesse, Gemeinkosten und das Fluggeschäft und wollen dabei von den Vorteilen der Digitalisierung profitieren. Wir erwarten, dass das schwierige Marktumfeld weiter anhält, und sich dies im GJ19 in unserer Geschäftsentwicklung im Q1 und Q2 widerspiegeln wird. Dies verstärkt die Bedeutung der Transformation der TUI von einem klassischen Veranstalter zu einem integrierten Anbieter von Urlaubserlebnissen und trägt zur Bewältigung der anhaltenden Herausforderungen im Marktumfeld bei. Die Buchungen für die Wintersaison 2018/19 liegen aktuell um 1% und die Durchschnittspreise um 2% unter dem Vorjahr. Das Programm ist bislang zu 60% gebucht und liegt damit zwei Prozentpunkte unter dem Vorjahr<sup>11</sup>. Wie oben beschrieben, haben wir unser Programm nach Nordafrika und in die Türkei ausgebaut und zugleich unser Programm für die Kanaren reduziert. Mit der Schließung von drei Flughafenbasen haben wir die Flugkapazitäten aus den Nordischen Ländern proaktiv reduziert, um die Effizienz unserer Airlines weiter zu steigern und die infolge der anhaltend warmen Wetterlage in diesem Sommer weiterhin verhaltene Nachfrage aufzufangen. Wir haben auch unsere Flugkapazitäten aus Deutschland reduziert, um die Effizienz unserer Flugpläne nach den Insolvenzen der Air Berlin und Niki weiter zu optimieren. Wir befinden uns noch in einer sehr frühen Phase des Buchungszyklus für den Sommer 2019. Nur Großbritannien ist bislang zu mehr als 20% gebucht. Dort liegen die Buchungen in dieser frühen Phase um 5% über dem Vorjahr, während die Durchschnittspreise um 1% unter dem Vorjahr liegen.

<sup>11</sup> Stand 2. Dezember 2018 (auf Basis konstanter Wechselkurse). Die Kennzahlen umfassen sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und pro-rata-Kapazitäten

Im Hinblick auf den Austritt Großbritanniens aus der EU im Jahr 2019 ist unser Hauptanliegen weiterhin, dass unsere Fluglinien weiter Zugang zum EU-Luftraum haben werden. Wir werden die Bedeutung eines Sonderabkommens für den Luftverkehr bei den zuständigen Ministern und Vertretern Großbritanniens und der EU weiterhin adressieren, um Flugangebote für unsere Kunden zu gewährleisten, und stehen in einem regelmäßigen Dialog mit den zuständigen Aufsichtsbehörden. Aktuell entwickeln wir Szenarien und Milderungsstrategien für verschiedene Szenarien, einschließlich eines „harten Brexit“, je nach Ausgang der politischen Verhandlungen. Unser Fokus liegt darauf, mögliche Auswirkungen des Brexit auf unseren Konzern zu minimieren.

Auf der Grundlage unserer Wachstumsstrategie bestätigen wir unsere Prognose, in den drei Jahren bis zum GJ20 einen durchschnittlichen Zuwachs beim bereinigten EBITA von mindestens 10% jährlich zu erzielen<sup>1,2</sup>. Auf kürzere Sicht erwarten wir, im G19<sup>1,3</sup> ein Wachstum beim bereinigten EBITA von mindestens 10% zu erzielen, das durch Investitionen, Digitalisierung und Effizienz sowie unser auf doppelter Diversifizierung beruhendem Geschäftsmodell getragen wird, das uns dabei hilft, die Herausforderungen des Marktes zu bewältigen. Nähere Angaben zu der erwarteten Geschäftsentwicklung im GJ19 sind folgender Tabelle zu entnehmen.

|   | <b>GJ19-Prognose<sup>1</sup></b>                         | <b>GJ18</b>                |
|---|--|----------------------------|
| Umsatz <sup>12</sup>                              | Etwa 3% Wachstum   | 19.524 Mio. €              |
| Bereinigtes EBITA rebasiert <sup>13</sup>         | Mindestens 10% Zuwachs                                   | 1.187 Mio. € <sup>13</sup> |
| Bereinigungen                                     | ~ 125 Mio. €   | 87 Mio. €                  |
| Netto-Sach- und Finanzinvestitionen <sup>14</sup> | ~ 1,0 – 1,2 Mrd. €                                       | 0,8 Mrd. €                 |
| Schuldendeckungsgrad                              | 3,0-fach bis 2,25-fach                                   | 2,7-fach                   |
| Dividende pro Aktie                               | Wachstum gemäß bereinigtem EBITA rebasiert <sup>13</sup> | 0,72 €                     |

<sup>12</sup> Ohne Berücksichtigung des möglichen Ausgleichs einer währungsbedingten Kosteninflation

<sup>13</sup> Rebasierend zur Berücksichtigung des Effekts aus der Neubewertung von auf Euro lautenden Darlehen türkischer Hoteleinheiten in Höhe von 40 Mio. € im GJ18

<sup>14</sup> Einschließlich PDPs, exkl. durch Fremdkapital oder Finanzierungsleasing finanzierte Flugzeuge

## HAUPTVERSAMMLUNG UND Q1 GJ19

TUI Group hält am 12. Februar 2019 ihre Hauptversammlung ab und veröffentlicht ihren Bericht für das erste Quartal des GJ19.

## KONTAKT FÜR ANALYSTEN & INVESTOREN

Peter Krueger, Mitglied des Group Executive Committee, Group Director of Strategy, M&A and Investor Relations Tel: +49 (0)511 566 1440

### Kontakt für Analysten und Investoren in Großbritannien, Irland und Amerika

Sarah Coomes, Head of Investor Relations

Tel: +44 (0)1293 645 827

Hazel Chung, Senior Investor Relations Manager

Tel: +44 (0)1293 645 823

### Kontakt für Analysten und Investoren in Kontinentaleuropa, Mittlerer Osten und Asien

Nicola Gehrt, Head of Investor Relations

Tel: +49 (0)511 566 1435

Ina Klose, Senior Investor Relations Manager

Tel: +49 (0)511 566 1318

Jessica Blinne, Junior Investor Relations Manager

Tel: +49 (0)511 566 1425