

## Halbjahresfinanzbericht 1. Okt. 2022 – 31. März 2023

### Überblick

**Bereinigtes EBIT im Q2 2023 von -242,4 Mio. € verbesserte sich deutlich gegenüber dem Vorjahreswert (Q2 2022: -329,9 Mio. €) - Weiterhin positives Buchungsmomentum für aktuelle Sommersaison - Erfolgreicher Abschluss der Kapitalerhöhung im April mit einem Emissionserlös von 1,8 Mrd. €**

- Nach Quartalsende haben wir eine Kapitalerhöhung mit einem Bruttoemissionserlös von 1,8 Mrd. € erfolgreich abgeschlossen<sup>1</sup>. Diese ermöglicht uns die vollständige Rückzahlung der WSF-Stabilisierungsmaßnahmen sowie die signifikante Reduzierung der KfW-Kreditlinie auf 1,1 Mrd. € und ist eine wichtige Maßnahme zur Wiederherstellung unserer Bilanzstärke sowie zur Verbesserung unserer Kreditratings. Im April erfolgte bereits die Anhebung des Ratings durch S&P auf B mit positivem Ausblick.
- 2,4 Mio. Gäste reisten im Q2 2023 mit TUI, das ist ein Anstieg um 0,6 Mio. Gäste gegenüber dem Vorjahreszeitraum bzw. 88 % des Niveaus des Q2 2019 auf vergleichbarer Basis<sup>2</sup>. Die durchschnittliche Flugauslastung erhöhte sich im Quartal auf 93 % (Q2 2022: 85%).
- Im Q2 2023 betrug der Umsatz 3,2 Mrd. €. Er stieg in allen Segmenten insgesamt um 1,0 Mrd. € und fiel damit deutlich höher als im Vorjahr aus (Q2 2022: 2,1 Mrd. €). Er übertraf bei höheren Preisen das Vor-Pandemie-Niveau (Q2 2019: 3,1 Mrd. €) und spiegelt die höhere Nachfrage sowie die Rückkehr zu einem gegenüber dem Vorjahr unbeschränkten Reiseumfeld wider.
- Das bereinigte EBIT verbesserte sich im Q2 2023 um 87,5 Mio. € auf -242,4 Mio. € (Q2 2022: -329,9 Mio. € Verlust). Auf einer vergleichbaren Basis<sup>3</sup> verbesserte es sich um 181 Mio. € gegenüber dem Vorjahr und erreichte annähernd das Niveau von 2019.
  - Das Segment Hotels & Resorts berichtete das vierte Quartal in Folge ein Ergebnis über dem Vor-Pandemie-Niveau. Es lag deutlich über dem Vorjahresquartal, getrieben durch die positive operative Entwicklung unserer Hauptmarken.
  - Die Erholung unseres Kreuzfahrtgeschäfts setzte sich fort, das Segment erzielte das vierte positive Quartalsergebnis seit Beginn der Pandemie. Das Geschäft verzeichnete bei Betrieb der vollständigen Flotte in einem unbeschränkten Reiseumfeld eine deutliche Verbesserung gegenüber dem Vorjahr, die auf höhere Volumina und verbesserte Auslastungen zurückzuführen war.
  - Das operative Wachstum von Märkte & Airlines setzte sich im Quartal bei einem verbesserten Preisniveau und höheren Volumina fort. Bei einer Anpassung des Vorjahreswertes um die enthaltene staatliche Entschädigung für den deutschen Veranstalter und um den positiven Effekt aus Derivaten, die nicht in einer Sicherungsbeziehung stehen, übertraf das Ergebnis das Vorjahresniveau.
- Die Nettoverschuldung lag zum 31. März 2023 bei -4,2 Mrd. € und beinhaltet nicht den Effekt der Kapitalerhöhung vom April 2023 (31. März 2022: -3,9 Mrd. €). Bei einer entsprechenden rückwirkenden Anpassung um die Zuflüsse aus der Kapitalerhöhung<sup>4</sup> würde sich die Nettoverschuldung zum 31. März auf - 3,1 Mrd. € reduzieren.
- Für den Winter 2022/23 und den Sommer 2023 sind bislang 12,9 Mio. Buchungen<sup>5</sup> eingegangen. Seit der Veröffentlichung unseres Quartalsberichts Q1 2023 sind rund 4,2 Mio. Buchungen hinzugekommen. Die Wintersaison konnten wir im Rahmen unserer Erwartungen mit höheren Durchschnittspreisen abschließen.
- Die Buchungen für die Ostertage bestätigten die hohe Kundennachfrage aus allen Märkten. Für die Sommersaison liegen die Buchungen aktuell insgesamt um 13 % über dem Vorjahresniveau bei höheren Durchschnittspreisen. Die Buchungen der letzten sechs Wochen für den Sommer 2023 blieben stark und übertrafen bei höheren Durchschnittspreisen das Vor-Pandemie-Niveau um 6 %. Dies unterstreicht die im Vergleich zum Vorjahr gestiegene Nachfrage nach unseren Produkten und die Bedeutung von Urlaubsreisen für unsere Kunden. Das Programm des britischen Markts ist aktuell zu 64 % verkauft. Die Buchungen entsprechen dem Vorjahr und liegen um 10 % über dem Niveau vor der Pandemie bei höheren Durchschnittspreisen.
- Angesichts der aktuellen Buchungstrends planen wir weiterhin mit Kapazitäten annähernd auf einem normalisierten Vor-Pandemie-Niveau.

<sup>1</sup> Zu Details der Kapitalmaßnahmen siehe Seite 32.

<sup>2</sup> Bereinigt um die seit 2019 verkauften und eingestellten Geschäfte.

<sup>3</sup> Q2 2022 angepasst um 50 Mio. € staatliche Entschädigung für entgangenes Geschäft durch COVID-19 und 43 Mio. € positiven Effekt aus Derivaten, die nicht in einer Sicherungsbeziehung stehen.

<sup>4</sup> Nettoverschuldung abzüglich 1,0 Mrd. € Rückzahlung gezogener Kreditlinien und 0,1 Mrd. € Optionsanleihe.

<sup>5</sup> Buchungsstand vom 30. April 2023. Eingeschlossen sind sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten.

- Im Quartalsverlauf haben wir die Umsetzung unserer Sustainability Agenda in allen unseren Geschäftsbereichen fortgeführt, um eine nachhaltigere Zukunft für den Tourismus zu gestalten. Für unsere Fluggesellschaften haben wir mit Shell eine Vereinbarung zur Förderung der Produktion und Lieferung von nachhaltigem Flugkraftstoff (SAF) abgeschlossen. TUI Cruises hat eine neue Nachhaltigkeitsstrategie eingeführt mit dem Ziel in 2030 die ersten klimaneutralen Kreuzfahrten anzubieten. Im Segment Hotels & Resorts haben wir die Green Building Guidelines eingeführt, um die Emissionsreduzierung bei Bau- und Renovierungsprojekten voranzutreiben.
- Wir bestätigen die im Geschäftsbericht 2022 getroffenen Erwartungen, das bereinigte EBIT im Geschäftsjahr 2023<sup>1</sup> deutlich zu verbessern, unterstützt durch das positive Buchungsmomentum für die Sommersaison.

<sup>1</sup> Zu konstanten Wechselkursen. Vor dem Hintergrund weiterer Auswirkungen des Krieges in der Ukraine sind die Annahmen für das bereinigte EBIT mit erheblicher Unsicherheit behaftet. Die größten Unsicherheitsfaktoren in Bezug auf das Verbrauchervertrauen sind unter anderem eine weitere Kosteninflation und/oder eine Eskalation des Krieges in der Ukraine.

### Nachhaltigkeit als Chance

- Nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln erachten wir als ein wesentliches Grundprinzip der Unternehmensführung; es bildet daher einen Eckpfeiler unserer Strategie zur kontinuierlichen Steigerung des Unternehmenswerts. Wir sind davon überzeugt, dass Nachhaltigkeit entscheidend für langfristigen wirtschaftlichen Erfolg ist. Gemeinsam mit unseren zahlreichen Partnern weltweit engagieren wir uns für eine nachhaltige Entwicklung der Tourismusindustrie.
- Wir haben uns Ziele für unsere Airlines, Kreuzfahrten und Hotels gesetzt, um die Emissionen im Einklang mit den Erkenntnissen der Klimawissenschaft zu reduzieren. Diese Ziele für 2030 wurden von der Science Based Targets initiative (SBTi) validiert und in unserem Zwischenbericht zum Q1 2023 veröffentlicht. Für jeden Geschäftsbereich wurden Roadmaps zur Emissionsreduzierung entwickelt. Im aktuellen Quartal haben wir folgende Fortschritte erzielt:
  - Für unsere Fluggesellschaften haben wir mit Shell eine Vereinbarung zur Förderung der Produktion und Lieferung von nachhaltigem Flugkraftstoff (SAF) abgeschlossen. SAF ist ein entscheidendes Element zur weiteren Verringerung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks des Luftverkehrs. Diese Kraftstoffe werden aus kreislauffähigen Rohstoffen hergestellt, die nicht in Konkurrenz zu den Lebensmittelressourcen stehen.
  - TUI Cruises hat in ihrem 15. Jubiläumsjahr ihre neue Nachhaltigkeitsstrategie vorgestellt. Die Strategie orientiert sich an unserer Sustainability Agenda und umfasst die Marken Mein Schiff und Hapag-Lloyd Cruises. Zu den strategischen Feldern gehören Klimaschutz, Verantwortung für die Destinationen und nachhaltige Unternehmenstransformation. Ziel ist es, bis 2030 die ersten klimaneutralen Kreuzfahrten anzubieten.
  - TUI Hotels & Resorts hat neue Green-Building-Richtlinien für ihre Hotels und die Hotelpartner der TUI veröffentlicht. Die Richtlinien enthalten Umweltschritte und Maßnahmen für Bau- und Renovierungsprojekte - ein wichtiges Instrument zur Reduzierung von Emissionen in allen Hotels. Bis Ende 2023 wollen wir unser TUI Blue Montafon in Österreich emissionsfrei machen. 2024 sollen weitere Hotels in Österreich und Spanien folgen.
  - In unseren Zielgebieten haben wir ein neues ökologisches Mobilitätsprojekt gestartet, um emissionsarme Transportmöglichkeiten zu schaffen. Dazu gehören E-Bike-Optionen in Rhodos für unsere Reiseleiter.

## TUI Group in Zahlen

	Q2 2023	Q2 2022 angepasst	Veränd. %	H1 2023	H1 2022 angepasst	Veränd. %	Veränd. % bei konstanten Wechselkurs en
<b>Mio. €</b>							
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>3.152,9</b>	<b>2.128,4</b>	<b>+ 48,1</b>	<b>6.903,4</b>	<b>4.497,6</b>	<b>+ 53,5</b>	<b>+ 55,2</b>
<b>Bereinigtes EBIT<sup>1</sup></b>							
Hotels & Resorts	78,0	23,7	+ 229,5	149,7	84,8	+ 76,5	+ 80,3
Kreuzfahrten	14,8	- 73,5	n. a.	15,0	- 105,3	n. a.	n. a.
TUI Musement	- 12,7	- 18,2	+ 30,2	- 26,2	- 31,5	+ 16,8	+ 24,9
Urlauberlebnisse	80,1	- 68,1	n. a.	138,4	- 51,9	n. a.	n. a.
Region Nord	- 147,5	- 180,9	+ 18,5	- 269,5	- 352,6	+ 23,6	+ 17,5
Region Zentral	- 102,1	- 24,2	- 321,4	- 131,1	- 82,8	- 58,5	- 60,6
Region West	- 59,2	- 57,0	- 3,9	- 102,9	- 89,4	- 15,1	- 17,9
Märkte & Airlines	- 308,5	- 262,2	- 17,7	- 503,2	- 524,7	+ 4,1	- 0,8
Alle übrigen Segmente	- 13,9	0,4	n. a.	- 30,6	- 26,8	- 14,1	- 14,3
<b>TUI Group</b>	<b>- 242,4</b>	<b>- 329,9</b>	<b>+ 26,5</b>	<b>- 395,3</b>	<b>- 603,5</b>	<b>+ 34,5</b>	<b>+ 31,1</b>
<b>EBIT<sup>1</sup></b>	<b>- 247,6</b>	<b>- 343,1</b>	<b>+ 27,8</b>	<b>- 406,3</b>	<b>- 614,5</b>	<b>+ 33,9</b>	
<b>Bereinigtes EBITDA</b>	<b>- 42,9</b>	<b>- 123,1</b>	<b>+ 65,1</b>	<b>15,3</b>	<b>- 188,4</b>	<b>n. a.</b>	
<b>EBITDA<sup>2</sup></b>	<b>- 42,7</b>	<b>- 130,0</b>	<b>+ 67,1</b>	<b>15,3</b>	<b>- 185,5</b>	<b>n. a.</b>	
Konzernverlust	- 326,2	- 321,4	- 1,5	- 558,0	- 707,9	+ 21,2	
Ergebnis je Aktie <sup>3</sup>	€ - 1,26	- 1,23	- 2,4	- 2,15	- 2,74	+ 21,5	
Nettosach- und Finanzinvestitionen	68,9	83,3	- 17,3	217,8	136,7	+ 59,4	
Eigenkapitalquote (31.3.) <sup>4</sup>	%			- 6,1	1,5	- 7,6	
Nettoverschuldung (31.3.)				- 4.196,4	- 3.936,0	- 6,6	
Mitarbeitende (31.3.)				53.961	46.123	+ 17,0	

Differenzen durch Rundungen möglich.

<sup>1</sup> Das dem bereinigten EBIT zugrundeliegende EBIT definieren wir als das Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern, Erträgen und Aufwendungen aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten des Konzerns. Für weitere Details siehe auch Seite 20.

<sup>2</sup> Das EBITDA beschreibt das Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern, Wertberichtigungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte sowie Ab- und Zuschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte, Sachanlagen, Finanzanlagen und Umlaufvermögen.

<sup>3</sup> Das Ergebnis je Aktie wurde für alle dargestellten Perioden um den Effekt der im Februar 2023 durchgeführten Kapitalherabsetzung im Verhältnis von 10:1 sowie den Effekt der Bonuskomponente von Bezugsrechten, die im Rahmen der Kapitalerhöhung im März 2023 ausgegeben wurden, angepasst.

<sup>4</sup> Anteil des bilanziellen Eigenkapitals an der Bilanzsumme in %. Veränderung in Prozentpunkten.

Sämtliche Veränderungsangaben beziehen sich auf den Vorjahresvergleichszeitraum, sofern nicht anderweitig angegeben.

Für diesen Zwischenbericht wurde im Wesentlichen die im Konzernabschluss zum 30. September 2022 der TUI AG beschriebene Berichtsstruktur verwendet. Siehe dazu Geschäftsbericht der TUI Group 2022 ab Seite 27. Aufgrund der Umsegmentierung des Geschäftsbereichs Future Markets von Allen übrigen Segmenten in die Segmente Hotels & Resorts, TUI Musement und Region Zentral im aktuellen Geschäftsjahr wurden die Vorjahreswerte angepasst.

- Im ersten Halbjahr 2023 betrug der Konzernumsatz 6,9 Mrd. €, ein Zuwachs um 2,4 Mrd. € gegenüber dem Vorjahr (H1 2022: 4,5 Mrd. €). Der operative Verlust des Konzerns (bereinigtes EBIT) reduzierte sich in diesem Berichtszeitraum um 208,2 Mio. € gegenüber dem Vorjahreswert und erreichte -395,3 Mio. € (H1 2022: -603,5 Mio. €).

## **Aktuelle Buchungslage – Weiterhin günstiges Buchungsmomentum für den Sommer 2023 mit Kapazitäten annähernd auf dem Vor-Pandemie-Niveau**

### **Märkte & Airlines**

- Für den Winter 2022/23 und den Sommer 2023 sind bislang 12,9 Mio. Buchungen<sup>1</sup> eingegangen. Seit der Veröffentlichung unseres Berichts zum Q1 2023 sind bei einem günstigen Buchungsmomentum rund 4,2 Mio. Buchungen hinzugekommen.
- Die Buchungseingänge der letzten sechs Wochen waren weiterhin stark und übertrafen bei höheren Durchschnittspreisen das Vor-Pandemie-Niveau um 6 %. Dies unterstreicht die gestiegene Nachfrage nach unseren Produkten und die Bedeutung von Reisen für unsere Kunden.

### Winter 2022/23

- Für den Winter 2022/23 wurden 4,7 Mio. Buchungen verzeichnet. Seit der Veröffentlichung unseres Berichts zum Q1 2023 im Februar sind rund 0,6 Mio. Buchungen hinzugekommen.
- Das Winterprogramm konnten wir mit einem Anstieg der Buchungen auf 133 % gegenüber dem Vorjahresniveau abschließen. Insgesamt entsprachen die Buchungen 88 % des Winters 2018/19.
- Der Durchschnittspreis blieb auf einem hohen Niveau. Er lag um 10 % über dem Wert der vorangegangenen Wintersaison und damit über dem in unserem Quartalsbericht zum Q1 2023 im Februar berichteten Wert von 8 %. Im Vergleich zum Winter 2018/19 lag der Durchschnittspreis um 29 % höher.
- Insgesamt lagen die Winterbuchungen im europäischen Markt noch nicht wieder auf dem Niveau vom Winter 2018/19. In Großbritannien erreichten sie es jedoch bereits bei einem im Vergleich hierzu deutlich höheren Durchschnittspreis.
- Ägypten und die Kapverden bilden einen Schwerpunkt unseres Angebots für die Wintersaison. Die Buchungen lagen hier um 22 % bzw. 3 % über dem Wert vom Winter 2018/19.

<sup>1</sup> Buchungsstand vom 30. April 2023. Eingeschlossen sind sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten.

## Trading Märkte & Airlines Sommersaison<sup>1</sup>

Veränderung in % zu	2022	2022	2019
	Sommer 2023	letzten 6 Wochen	Sommer 2023
Buchungen <sup>2</sup>	+ 13	- 1	- 4
Durchschnittspreise	+ 5 // + 8 <sup>3</sup>	+ 8	+ 26

### Sommer 2023

- Die Buchungen für die Ostertage bestätigten die hohe Kundennachfrage aus allen unseren Märkten, die Trends für die Sommersaison sind weiterhin positiv. Bislang liegen insgesamt 8,3 Mio. Buchungen vor, 3,6 Mio. mehr als bei unserer letzten Veröffentlichung im Februar 2023. Damit sind 55 % des Gesamtprogramms verkauft, das entspricht einem Plus von 2 Prozentpunkten gegenüber dem entsprechenden Vorjahresstand für den Sommer 2022 und liegt in etwa auf dem Niveau vom Sommer 2019.
- Die Buchungen für den Sommer 2023 insgesamt sind gegenüber dem Vorjahr um 13 % gestiegen und liegen aktuell bei 96 % (plus 7 Prozentpunkte seit der Q1 2023-Veröffentlichung) des Vor-Pandemie-Niveaus.
- Im Vergleich zum Sommer 2022 liegt der Durchschnittspreis für die Sommersaison 2023 um 5 % höher und damit über dem zum Q1 2023 veröffentlichten Wert von 2 %. Auf vergleichbarer Basis, das heißt korrigiert um Umbuchungen aus früheren Saisons, beträgt der Anstieg 8 % gegenüber dem Vorjahr. Dieser Zuwachs unterstreicht, dass unsere Gäste weiterhin bereit sind, Ausgaben für Reisen und Erlebnisse eine hohe Priorität einzuräumen. Gegenüber dem Vor-Pandemie-Niveau ist der Durchschnittspreis deutlich um 26 % gestiegen.
- In den letzten sechs Wochen entwickelten sich die Buchungen weiter stark und lagen um 6 % über dem Vergleichswert für den Sommer 2019. Dies unterstreicht den positiven Buchungstrend für diese Sommersaison.
- Wichtige Destinationen in der Sommersaison sind weiterhin Spanien, Griechenland und die Türkei.
- Der britische Markt, dessen Programm zu 64 % verkauft ist, ist weiterhin der am weitesten fortgeschrittene. Die Buchungen entsprachen dem Vorjahr und lagen um 10 % über dem Niveau vor der Pandemie bei höheren Durchschnittspreisen.
- Vor dem Hintergrund des aktuellen positiven Buchungstrends planen wir für den Sommer mit Kapazitäten annähernd auf dem Vor-Pandemie-Niveau.

<sup>1</sup> Die Sommersaison beginnt je nach Quellmarkt im April oder Mai und endet im September, Oktober oder November.

<sup>2</sup> Buchungsstand vom 30. April 2023. Eingeschlossen sind sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten.

<sup>3</sup> Korrigiert um Umbuchungen in Großbritannien für den Sommer 2022, die teilweise Buchungsanreize enthielten.

## Urlaubserlebnisse

### Trading Urlaubserlebnisse

	Sommerhalbjahr 2023 <sup>1</sup>	Sommerhalbjahr 2022
Veränderung in % zu		
<b>Hotels &amp; Resorts<sup>2</sup></b>		
Verfügbare Bettenächte <sup>3</sup>		+ 5
Auslastung in % <sup>4</sup>		+ 3 Prozentpunkte
<b>Kreuzfahrten</b>		
Verfügbare Passagiertage <sup>5</sup>		- 1
Auslastung in % <sup>6</sup>		+ 22 Prozentpunkte
<b>TUI Musement</b>		
Verkaufte Erlebnisse		Anstieg im mittleren zweistelligen Prozentbereich

- **Hotels & Resorts** – Wir planen mit einer Anzahl verfügbarer Bettenächte, die für das aktuelle Sommerhalbjahr<sup>2</sup> um 5 % über dem Vorjahr liegt und leicht über dem im Februar zum Q1 2023 berichteten Wert. Die gebuchte Auslastung liegt für das Sommerhalbjahr um 3 Prozentpunkte über dem Vorjahr. Die Durchschnittsraten pro Tag für das Sommerhalbjahr liegen mit einem Plus von 8 % insbesondere aufgrund der starken Entwicklung von Riu über dem Vorjahreswert. Die wichtigsten Reiseziele sind die Türkei, die Karibik, die Balearen, Griechenland sowie die Kanarischen und Kapverdischen Inseln.
- **Kreuzfahrten** - Unsere drei Marken betreiben weiterhin die vollständige Flotte von insgesamt sechzehn Schiffen. Die verfügbaren Passagiertage liegen mit einem Minus von 1 %<sup>1</sup> noch leicht unter dem Niveau des letzten Jahres. Ursächlich hierfür ist die Überführung der Mein Schiff Herz von TUI Cruises zu Marella Cruises und die damit im Zusammenhang stehende Renovierung. Anfang Juni soll das Schiff den Betrieb wiederaufnehmen. Die gebuchte Auslastung für das Sommerhalbjahr ist um 22 Prozentpunkte gestiegen und nähert sich bei vielen Routen Spitzenwerten von 2019. Die Durchschnittsraten für 2023 liegen für viele Routen über dem Vor-Pandemie-Niveau.
- **TUI Musement** - Unser Geschäft mit Touren und Aktivitäten setzt seine Expansion fort, investiert in Wachstum und plant zum Ergebnisniveau von 2019 zurückzukehren. Das Segment profitiert vom erweiterten Angebot in internationalen Städten und Badeurlaubszielen im Rahmen unseres integrierten Geschäftsmodells und einem wachsenden Anteil an Drittverkäufen über die TUI Musement Plattform. Für das Geschäft mit Transfers unserer Gäste an ihren Zielort erwarten wir für 2023 eine Entwicklung im Einklang mit unseren geplanten Kapazitäten im Bereich Märkte & Airlines. Der Anstieg der Verkäufe in unserem Geschäft mit Erlebnissen, das Exkursionen, Aktivitäten und Tickets umfasst, liegt für das Sommerhalbjahr 2023<sup>1</sup> mit einem Plus im mittleren zweistelligen Prozentbereich über dem Vorjahreswert. Das Wachstum bei den Erlebnissen wird durch das offenere Reiseumfeld, das erweiterte Produktangebot sowie unseren diversifizierten Vertrieb über TUI, B2C und B2B angetrieben.

<sup>1</sup> Sommerhalbjahr umfasst die Monate April bis September. Buchungsstand vom 30. April 2023.

<sup>2</sup> Buchungsstand vom 30. April 2023 ohne Blue Diamond.

<sup>3</sup> Anzahl Öffnungstage multipliziert mit verfügbaren Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels.

<sup>4</sup> Belegte Betten dividiert durch verfügbare Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels.

<sup>5</sup> Anzahl Betriebstage multipliziert mit verfügbaren Betten.

<sup>6</sup> Anzahl erreichter Passagiertage dividiert durch verfügbare Passagiertage.

### Nettoverschuldung

- Die Nettoverschuldung zum 31. März 2023 betrug -4,2 Mrd. € (31. März 2022: -3,9 Mrd. €). In diesem Wert war noch nicht der Effekt der Kapitalerhöhung vom April 2023 enthalten. Bei einer entsprechenden rückwirkenden Anpassung um die Zuflüsse aus der Kapitalerhöhung<sup>7</sup> würde sich die Nettoverschuldung zum 31. März auf -3,1 Mrd. € reduzieren.

<sup>7</sup> Nettoverschuldung abzüglich 1,0 Mrd. € Rückzahlung gezogener Kreditlinien und 0,1 Mrd. € Optionsanleihe

### Strategische Prioritäten

Die im Geschäftsbericht 2022 und in der Präsentation der Jahresergebnisse 2022 erläuterten Strategie der TUI Group<sup>1</sup> wird im laufenden Geschäftsjahr weitergeführt.

Unsere Strategie fokussiert sich auf Wachstum in beiden Geschäftsbereichen, Urlaubserlebnisse und Märkte & Airlines, die in ein zentrales Kunden-Ecosystem eingebettet sind und durch unsere Nachhaltigkeitsagenda und unsere Mitarbeitenden getragen werden. Unsere Strategie für den Bereich Urlaubserlebnisse fokussiert sich auf den Ausbau unseres differenzierten Portfolios auf Basis unserer Asset Right-Strategie sowie den Ausbau unserer Kundenbasis durch Multichannel-Vertrieb. Nachdem wir die strategische Transformation unseres Geschäftsbereichs Märkte & Airlines während der Pandemie beschleunigt und unser Global Realignment Programm vollständig implementiert haben, fokussiert sich unsere Strategie jetzt auf profitables Wachstum. Dies wollen wir durch eine größere Produktauswahl, die Ausweitung unseres Kunden-Ecosystems auf für uns neue Geschäftsbereiche und die Steigerung des Kundenwerts erreichen. Dies umfasst eine Steigerung des Anteils dynamisch eingekaufter Pakete sowie einen signifikanten Ausbau unseres Komponenten-Angebots in den Nur-Hotel- und Nur-Flug-Bereichen.

Darüber hinaus wollen wir unsere Cash-Position weiter verbessern, indem wir uns auf die Optimierung des Working Capital und des Cash Flow aus dem operativen Geschäft konzentrieren und Investitionen in Vermögenswerte weiterhin diszipliniert vornehmen. Im April 2023 haben wir eine Kapitalerhöhung mit Bezugsrechten in Höhe von 1,8 Mrd. € erfolgreich abgeschlossen. Mit den Erlösen wurde die Rückzahlung der verbliebenen Stabilisierungsmaßnahmen des Wirtschaftsstabilisierungsfonds (WSF) sowie eine deutliche Reduzierung unserer KfW-Kreditlinien und eine Rückzahlung der aktuell in Anspruch genommenen Kreditlinien in derselben Größenordnung ermöglicht. Dies ist eine wichtige Maßnahme zur Wiederherstellung unserer Bilanzstärke sowie zur Reduzierung der Nettozinsen und hat zur Anhebung des Ratings durch S&P auf B mit positivem Ausblick geführt.

Für das Geschäftsjahr 2023 gehen wir auf der Basis der aktuellen Trends, die sich in die Sommersaison fortsetzen, weiterhin von einem deutlichen Anstieg des bereinigten EBIT aus.<sup>2</sup>

Als mittelfristiges Ziel verfolgen wir weiterhin unsere Strategie eines profitablen Wachstums mit der Erschließung neuer Kundensegmente und mit steigenden Verkäufen. Unser mittelfristiges Ziel für 2025/26 ist es, das bereinigte EBIT deutlich über 1,2 Mrd. €<sup>3</sup> zu steigern. Wir wollen außerdem zu einem Bruttoverschuldungsgrad von deutlich unter 3,0x zurückkehren<sup>4</sup> und streben ein Kreditrating an, das dem Vor-Pandemie-Niveau im Bereich von BB / Ba entspricht.

<sup>1</sup> Details zur Strategie siehe Geschäftsbericht der TUI Group 2022 ab Seite 52.

<sup>2</sup> Zu konstanten Wechselkursen. Vor dem Hintergrund weiterer Auswirkungen des Krieges in der Ukraine sind die Annahmen für das bereinigte EBIT mit erheblicher Unsicherheit behaftet. Die größten Unsicherheitsfaktoren in Bezug auf das Verbrauchervertrauen sind unter anderem eine weitere Kosteninflation und/oder eine Eskalation des Krieges in der Ukraine.

<sup>3</sup> Bereinigtes EBIT des Geschäftsjahres 2019 in Höhe von 893 Mio. € einschließlich 293 Mio. € Kostenbelastung im Zusammenhang mit Boeing 737 Max.

<sup>4</sup> Definiert als Bruttoverschuldung: Bruttofinanzschulden + Leasingverbindlichkeiten + Nettoverpflichtungen aus leistungsorientierten Pensionsplänen geteilt durch berichtetes EBITDA. Auswirkungen einer möglichen Kapitalerhöhung unberücksichtigt.

## Prognoseveränderungsbericht

Wir bestätigen unsere im Geschäftsbericht 2022 getroffene Erwartung einer deutlichen Verbesserung des bereinigten EBIT der TUI Group im Geschäftsjahr 2023<sup>1</sup> im Vergleich zu 2022.

Die nachfolgenden im Geschäftsbericht 2022 beschriebenen Erwartungen für das Geschäftsjahr 2023 haben wir wie folgt aktualisiert:

Für das Geschäftsjahr 2023 erwarten wir nunmehr zu bereinigende Nettobelastungen in Höhe von 40 bis 60 Mio. € (vorher 60 bis 80 Mio. €).

Vor dem Hintergrund der Netto-Mittelzuflüsse aus der im April 2023 durchgeführten Kapitalerhöhung und der Rückzahlungen an den Wirtschaftsstabilisierungsfonds erwarten wir nunmehr eine Nettoverschuldung des Konzerns zum Ende des Geschäftsjahres 2023 in Höhe von rund 2,4 Mrd. € (vorher annähernd stabile Nettoverschuldung).

Alle übrigen im Geschäftsbericht 2022 beschriebenen Erwartungen für das Geschäftsjahr 2023 haben weiterhin Gültigkeit. Details dazu befinden sich im TUI Group Geschäftsbericht 2022 ab Seite 52.

<sup>1</sup> Zu konstanten Wechselkursen.



# Kontakt

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

Adrian Bell  
Senior Investor Relations Manager  
Tel.: + 49 (0)511 566 2332

James Trimble  
Investor Relations Manager  
Tel: +44 (0)1582 315 293

Stefan Keese  
Investor Relations Manager  
Tel.: + 49 (0)511 566 1387

Anika Heske  
Junior Investor Relations Manager  
Tel.: + 49 (0)511 566 1425

TUI AG  
Karl-Wiechert-Allee 4  
30625 Hannover  
Tel.: + 49 (0)511 566 00  
[www.tuigroup.com](http://www.tuigroup.com)

Unter folgendem Link stehen dieser am 10. Mai 2023 veröffentlichte Halbjahresfinanzbericht in deutscher und englischer Sprache sowie die Präsentation und der Webcast zur Verfügung: [www.tuigroup.com/de-de/investoren](http://www.tuigroup.com/de-de/investoren)