

Halbjahresfinanzbericht 1. Okt. 2023 – 31. März 2024

Überblick

Rekordumsatz im Q2 2024: Umsatz erreicht mit 3,6 Mrd. € einen Q2-Rekordwert bei einer starken Verbesserung des bereinigten EBIT um 53,6 Mio. € auf -188,7 Mio. €¹. Angesichts der starken Umsatzentwicklung im H1 sowie der positiven Entwicklung unseres Geschäfts, die wir für das H2 sehen, bestätigen wir unsere Prognose für das Geschäftsjahr 2024, ein Wachstum von mindestens 25 % bei unserem bereinigten EBIT zu erzielen.

- Im Q2 erzielten wir mit 3,6 Mrd. € einen Q2-Konzernumsatz auf Rekordniveau¹ sowie einen starken Umsatzanstieg von 16% gegenüber dem Vorjahreswert (Q2: 2023: 3,2 Mrd. €). Der Umsatzanstieg unterstreicht eine hohe Nachfrage nach unserem Produktportfolio bei höheren Preisen.
- Das bereinigte EBIT des Konzerns verbesserte sich im Q2 stark um 53,6 Mio. € auf -188,7 Mio. €. Diese Entwicklung belegt unsere Fortschritte bei der Umsetzung und Weiterentwicklung unserer Konzernstrategie.
 - Das Segment Hotels & Resorts erreichte im Berichtsquartal ein Q2-Rekordergebnis¹, das ein signifikantes Wachstum infolge eines Anstiegs der Bettennächte und besserer Raten widerspiegelt.
 - Auch unser Segment Kreuzfahrten erzielte ein Q2-Rekordergebnis¹. Eine hohe Nachfrage führte zu einem signifikanten Wachstum bei höheren Auslastungen und Raten.
 - TUI Musement treibt die Digitalisierung und Entwicklung eigener innovativer und differenzierter Produkte weiter voran und erzielte einen Anstieg der Gästezahlen gegenüber dem Vorjahresquartal.
 - Der Bereich Märkte & Airlines verzeichnete bei einer robusten Nachfrage höhere Gästezahlen und weiterhin steigende Preise in allen Regionen. Die Ergebnisentwicklung wurde durch den Wegfall des positiven Vorjahresbeitrags aus der kanadischen Beteiligung nach der Veräußerung des Veranstaltergeschäfts beeinflusst.
- Im Berichtsquartal nutzten insgesamt 2,8 Mio. Kunden unser Produktangebot, ein Anstieg um 14 % gegenüber dem Vorjahr. Die durchschnittliche Flugauslastung lag im Q2 2024 mit 93 % auf dem Vorjahreswert.
- Unsere Nettoverschuldung ging zum 31. März 2024 im Jahresvergleich um 1,1 Mrd. € auf 3,1 Mrd. € zurück (31. März 2023: 4,2 Mrd. €). Diese Reduzierung war insbesondere auf die Nettoerlöse (nach vollständiger Rückführung der verbliebenen WSF-Finanzhilfen) aus der im April 2023 durchgeführten Kapitalerhöhung sowie den in den letzten zwölf Monaten seit dem 31. März 2023 positiven Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit zurückzuführen.
- Zur Optimierung unserer Bilanzstrukturen und zur Verbesserung unserer Kreditkennzahlen wollen wir unsere Cash-Position weiter verbessern und eine strikte Kosten- und Investitionsdisziplin wahren.
- Im Berichtsquartal haben wir im Rahmen unserer Zielsetzung, die verbleibende revolvingende Kreditfazilität (RCF) der KfW vollständig zurückzuführen und fremd zu finanzieren, erfolgreich eine Anleihe mit Nachhaltigkeitsbezug mit einem Gesamtvolumen von 500 Mio. € platziert.
- Im Februar 2024 erzielten wir weitere Verbesserungen unserer Ratings mit einer Anhebung auf B+ durch S&P und auf B1 durch Moody's, jeweils mit positivem Ausblick. Diese Upgrades honorieren unsere bislang erzielten operativen und finanziellen Fortschritte.
- Die Buchungen im Bereich Märkte & Airlines² liegen aufgrund der hohen Nachfrage nach unserem Produktangebot weiterhin über Vorjahr. Die Wintersaison 2023/24 endete mit einem starken Kurzfristgeschäft. Während die Buchungen insgesamt um 9 % über dem Vorjahr lagen, behauptete sich der Durchschnittspreis (ASP) mit einem Plus von 3 %. Die Buchungslage für die Sommersaison 2024 ist weiterhin vielversprechend, da die Buchungen aktuell um 5 % über dem Vorjahresniveau liegen bei um 4 % höheren Preisen. Das Programm ist zu 60 % verkauft.

¹ Seit dem Merger der TUI AG mit TUI Travel PLC in 2014.

² Buchungsstand vom 5. Mai 2024. Eingeschlossen sind sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten sowie Buchungsanpassungen und Umbuchungen aus Gutscheinen.

- Im Bereich Urlaubserlebnisse³ sind die Buchungen weiterhin auf Kurs und entwickeln sich im Rahmen der Erwartungen. Insbesondere unsere Segmente Hotels & Resorts sowie Kreuzfahrten profitieren weiterhin von einer starken Nachfrage.
- Das Hedging-Volumen für die bevorstehenden Sommer- und Wintersaisons liegt weiterhin im Rahmen unserer Sicherungspolitik.

Ausblick für das Geschäftsjahr 2024⁴

Unser Schwerpunkt liegt auf operativer Exzellenz und Umsetzung der Strategie sowie auf der weiteren Transformation. Unsere Strategie, die starke operative Erholung und die Maßnahmen zur Optimierung unserer Bilanzstrukturen sollen die Grundlage für künftiges profitables Wachstum bilden. Unser Ausblick für das Geschäftsjahr 2024 basiert auf dem im ersten Halbjahr erzielten deutlichen Anstieg des bereinigten EBIT um 232 Mio. €⁵, der durch eine deutliche Verbesserung in den Bereichen Hotels und Kreuzfahrten sowie durch die Rückkehr zu unserer normalen Hedging-Politik im Bereich Märkte & Airlines unterstützt wurde. Wir erwarten, dass sich die positiven Trends in unserem Geschäft in der zweiten Jahreshälfte fortsetzen werden, sind uns aber auch der aktuellen makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten, insbesondere im Nahen Osten, bewusst. 40 % unseres Sommerprogramms 2024 sind noch zu verkaufen. Wir bekräftigen unsere Prognose für das Geschäftsjahr 2024, wie sie in unserem Geschäftsbericht 2023 veröffentlicht wurde:

- Wir erwarten einen Anstieg des Umsatzes von mindestens 10 % gegenüber dem Vorjahr.
- Wir erwarten einen Anstieg des bereinigten EBIT von mindestens 25 % gegenüber dem Vorjahr.

Mittelfristige Ziele

Wir verfolgen eine klare Strategie zur Beschleunigung des profitablen Wachstums. Wir wollen den Customer Lifetime Value erhöhen, unser Geschäft agiler und kosteneffizienter aufstellen und eine höhere Geschwindigkeit bei Markteinführungen erreichen, um so zusätzlichen Shareholder Value zu schaffen. Unsere mittelfristigen Zielsetzungen sind:

- Steigerung des bereinigten EBIT um eine jährliche durchschnittliche Wachstumsrate von ca. 7 bis 10 % (Compound Annual Growth Rate/CAGR)
- Netto-Leverage Ratio⁶ 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 Chance⁷

- Wir wollen als ein führender Konzern der Branche den Maßstab für Nachhaltigkeit in unserer Industrie setzen. Wir sind überzeugt, dass eine nachhaltige Transformation nicht nur als Kostenfaktor betrachtet werden sollte, sondern dass sich Nachhaltigkeit auszahlt – für die Gesellschaft, für die Umwelt und für die wirtschaftliche Entwicklung. Wir erzielen weiterhin Fortschritte auf unserem Weg zur Reduzierung der relativen Emissionen und zur Erreichung unserer Ziele. Unsere Maßnahmen:
 - Im Berichtszeitraum erfolgte die Einführung einer neuen Konzernrichtlinie für einen diversen, nachhaltigen und ethischen Einkauf. Diese Richtlinie setzt Ziele und gibt Leitlinien für alle Einkaufsprozesse in Bezug auf Emissionsreduzierung, Energieverbrauch, Kreislaufwirtschaft, Kunststoffverbrauch, Wassereinsparung und Design für Wiederverwendung. Sie umfasst eine ESG-Agenda, bei der Vielfalt, Gleichberechtigung, Inklusion und ethisches Verhalten an erster Stelle stehen. Die Richtlinie soll unser Ziel unterstützen, eine Triebfeder für positiven Wandel zu sein.
 - TUI Blue arbeitet mit dem Technologieunternehmen KITRO zusammen, um Lebensmittelabfälle technologiegestützt zu reduzieren. Essensreste werden mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz gewogen und analysiert. In diesem Jahr soll das neue Verfahren auf zwölf Hotels in Deutschland,

³ Buchungszahlen für das Geschäftsjahr 2024 (ohne Blue Diamond im Segment Hotels & Resorts) im Vergleich zu den Buchungszahlen für das Geschäftsjahr 2023. Stand 5 Mai 2024

⁴ Basierend auf konstanten Wechselkursen und im Rahmen der bislang bekannten makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten, einschließlich Entwicklungen im Mittleren Osten.

⁵ Zu konstanten Wechselkursen.

⁶ Netto-Leverage Ratio definiert als Nettoverschuldung ((Finanzschulden plus Leasingverbindlichkeiten abzüglich Finanzmittel abzüglich sonstiger kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte) geteilt durch bereinigtes EBITDA).

⁷ Weitere Details zu unserer Sustainability Agenda findet sich in unserem Geschäftsbericht 2023 sowie auf unserer Website [Verantwortung \(tuigroup.com\)](https://www.tuigroup.com) (nicht Gegenstand der prüferischen Durchsicht).

Österreich, der Türkei, Tunesien, Marokko und Kroatien ausgeweitet werden. Ziel ist es, Lebensmittelabfälle in Hotels bis 2030 um 25 % zu reduzieren.

- TUI zielt auf die Förderung eines sozialverträglichen Tourismus, der sich mit der Sorge um knappen Lebensraum und Umweltbelastungen auseinandersetzt. Wir betreiben einen organisierten Pauschal Tourismus, der den Wohnraum in den Destinationen weniger beeinträchtigt. Die aktuelle Kritik auf den kanarischen Inseln richtet sich aus unserer Sicht an den im Vergleich dazu eher unregulierten Individualtourismus. Unser Ziel ist es, innerhalb des nächsten Jahrzehnts die Emissionen der Hotels zu reduzieren, den Wasserverbrauch deutlich zu senken und in Solaranlagen zu investieren. Trotz der Proteste, die auf Probleme wie steigende Wohnungspreise und Ressourcenverbrauch hinweisen, bleibt aus unserer Sicht die allgemeine Stimmung gegenüber den Touristen insgesamt positiv. TUI wird die Bemühungen fortsetzen, die Vorteile des Tourismus mit dem Wohl der Gemeinschaft in Einklang zu bringen.

TUI Group in Zahlen

	Q2 2024	Q2 2023 angepasst	Veränd. %	H1 2024	H1 2023 angepasst	Veränd. %	Veränd. % bei konstanten Wechselkurs en
Mio. €							
Umsatzerlöse	3.650,0	3.152,9	+ 15,8	7.952,5	6.903,4	+ 15,2	+ 14,5
Bereinigtes EBIT¹							
Hotels & Resorts	117,4	78,0	+ 50,4	208,1	149,7	+ 39,0	+ 45,2
Kreuzfahrten	70,1	14,8	+ 373,5	104,5	15,0	+ 598,6	+ 592,5
TUI Musement	- 16,5	- 12,7	- 29,4	- 27,1	- 26,2	- 3,5	+ 5,9
Urlaubererlebnisse	171,0	80,1	+ 113,5	285,5	138,4	+ 106,2	+ 114,1
Region Nord	- 164,9	- 147,5	- 11,8	- 215,3	- 269,5	+ 20,1	+ 22,7
Region Zentral	- 89,1	- 102,1	+ 12,7	- 87,8	- 131,1	+ 33,0	+ 33,6
Region West	- 72,1	- 59,2	- 21,7	- 118,4	- 102,1	- 15,9	- 15,2
Märkte & Airlines	- 326,1	- 308,5	- 5,7	- 421,5	- 502,4	+ 16,1	+ 17,8
Alle übrigen Segmente	- 33,6	- 13,9	- 141,3	- 46,7	- 31,3	- 48,9	- 49,2
Bereinigtes EBIT¹ TUI Group	- 188,7	- 242,4	+ 22,1	- 182,7	- 395,3	+ 53,8	+ 58,7
Bereinigtes EBIT (zu konstanten Wechselkursen)	- 177,3	- 242,4	+ 26,8	- 163,3	- 395,3	+ 58,7	
EBIT¹	- 194,9	- 247,6	+ 21,3	- 194,7	- 406,3	+ 52,1	
Bereinigtes EBITDA	15,6	- 42,9	n. a.	224,2	15,3	n. a.	
EBITDA²	14,7	- 42,7	n. a.	222,7	15,3	n. a.	
Konzernverlust	- 247,0	- 326,2	+ 24,3	- 330,5	- 558,0	+ 40,8	
Ergebnis je Aktie	€ - 0,58	- 1,26	+ 54,0	- 0,82	- 2,15	+ 61,9	
Nettosach- und Finanzinvestitionen	276,2	68,9	+ 301,1	320,1	217,8	+ 46,9	
Eigenkapitalquote (31.3.) ³	% -	-		7,7	- 6,1	+ 13,8	
Nettoverschuldung (31.3.)				3.090,7	4.196,4	- 26,3	
Mitarbeitende (31.3.)				56.370	53.961	+ 4,5	

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.

¹ 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 auch Seite 46.

² 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.

³ Anteil des bilanziellen Eigenkapitals an der Bilanzsumme in %. Veränderung in Prozentpunkten.

Für diesen Halbjahresfinanzbericht zum H1 2024 wurde die im Konzernabschluss zum 30. September 2023 der TUI AG beschriebene Berichtsstruktur verwendet. Siehe dazu Geschäftsbericht der TUI Group 2023 ab Seite 28.

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

- Im ersten Halbjahr 2024 betrug der Konzernumsatz 8,0 Mrd. €, ein starker Zuwachs um 1,0 Mrd. € gegenüber dem Vorjahr (H1 2023: 6,9 Mrd. €). Der saisonal bedingte operative Verlust des Konzerns (bereinigtes EBIT) reduzierte sich in diesem Berichtszeitraum um 53,8 % gegenüber dem Vorjahreswert und erreichte -182,7 Mio. € (H1 2023: -395,3 Mio. €).

Aktuelle Buchungslage Märkte & Airlines⁸ – Kundennachfrage zeigt sich robust. Starkes Kurzfristgeschäft für die Wintersaison und Zuwachs bei Buchungen und Durchschnittspreisen gegenüber Vorjahr. Sommersaison weiterhin vielversprechend aufgrund höherer Buchungen und Durchschnittspreise.

- Die Wintersaison 2023/24 schloss mit einem Buchungsplus von 9 %. Auch die Durchschnittspreise entwickelten sich gut mit einem Plus von 3 % und einem starken Kurzfristgeschäft.
- Unsere Quellmärkte verzeichneten insgesamt 5,1 Mio. Buchungen für die Saison. Dabei sind seit unserem Update für das Q1 2024 vom Februar 0,7 Mio. zusätzliche Buchungen erfolgt.
- Kurz- und Mittelstreckenziele waren bei unseren Kunden am beliebtesten. Erneut erwiesen sich die kanarischen Inseln und Ägypten als wichtige Destinationen. Die Nachfrage nach den Kapverden stieg weiter an.
- Alle Quellmärkte erzielten höhere Buchungen, insbesondere unsere beiden Schlüsselmärkte in Großbritannien und Deutschland berichteten höhere Buchungszahlen gegenüber unserem letzten Update. Die Saison schloss mit einem Durchschnittspreis, der über dem des Winter 2022/23 lag. In Großbritannien endete die Saison mit einem Buchungsplus von 11 %, während die Buchungen in Deutschland um 10 % höher ausfielen.

Sommerprogramm 2024 vs. Sommer 2023

Veränderung in %	
Buchungen	+ 5
Durchschnittspreise	+ 4

- Die aktuellen Indikationen für das Sommerprogramm 2024⁹ sind weiterhin vielversprechend. Das Programm ist zu 60 % verkauft, das entspricht einem vergleichbaren Vorjahresstand für den Sommer 2023.
- Bislang liegen insgesamt 9,0 Mio. Buchungen für die Saison vor, ein Zuwachs um 3,9 Mio. Buchungen gegenüber unserer letzten Veröffentlichung im Februar. Das entspricht einem Plus von 5 %, wobei die Buchungsstände in unseren wichtigsten Märkten über den Vorjahresniveaus liegen.
- Der Durchschnittspreis liegt mit 4 % weiterhin über Vorjahr und auf dem im Februar 2024 veröffentlichten Niveau.
- Die Buchungsentwicklung wird weiterhin von der Nachfrage nach Mittel- und Kurzstreckenzielen getrieben. Alle diese Destinationen berichten gestiegene Buchungszahlen gegenüber dem Sommer 2023. Griechenland, die Türkei und die Balearen sind erneut die beliebtesten Reiseziele für den Sommerurlaub.
- Auf dem britischen Markt liegen die Buchungen um 3 % über dem Vorjahr. Bislang ist das Programm zu 65 % verkauft. In Deutschland, unserem anderen wichtigen Markt, liegen die Buchungen über dem Vorjahresstand mit einem Plus von 7 %. Hier ist das Programm zu 60 % verkauft.
- Wir verfolgen die Entwicklung geopolitischer Ereignisse, insbesondere im Mittleren Osten und rund um die Arabische Halbinsel, weiterhin sehr aufmerksam. Dank unseres flexiblen Geschäftsmodells können wir Kapazitäten vom östlichen ins westliche Mittelmeer verschieben, falls es zu einer weiteren Eskalation des Konflikts in dieser Region mit erheblichen und anhaltenden Auswirkungen auf die Kundennachfrage kommen sollte.

⁸ Buchungsstand vom 5. Mai 2024. Eingeschlossen sind sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten sowie Buchungsanpassungen und Umbuchungen aus Gutscheinen.

⁹ Je nach Quellmarkt beginnt die Sommersaison im April oder Mai und endet im September, Oktober oder November.

Buchungsupdate Urlaubserlebnisse¹⁰ – Buchungen sind weiterhin auf Kurs und entwickeln sich im Rahmen unserer Erwartungen

Buchungen für	H2 2024
Veränderung in % zum Vorjahr	
Hotels & Resorts	
Verfügbare Bettennächte	+ 1
Auslastung	+ 1
Durchschnittsrate pro Tag	+ 9
Kreuzfahrten	
Verfügbare Passagiertage	+ 6
Auslastung	+ 7
Durchschnittsrate pro Tag	+ 2
TUI Musement	
Verkaufte Erlebnisse	Anstieg im hohen einstelligen Bereich
Transfers	Entwicklung im Einklang mit dem Geschäft und den Kapazitäten von Märkte & Airlines

- **Hotels & Resorts** – Die Anzahl verfügbarer Bettennächte¹¹ für das H2 liegt um 1 % über dem Vorjahresniveau, unterstützt von einem früheren Saisonstart. Die gebuchte Auslastung¹² liegt aktuell um 1 Prozentpunkt höher, da sich die starke Nachfrage nach unserem Hotelportfolio wie im Vorjahr fortsetzt. Die Durchschnittsraten¹³ liegen bei allen wichtigen Marken über dem Vorjahr mit einem Plus von insgesamt 9 % für das H2. Im H2 werden voraussichtlich die Türkei, Griechenland und die Balearen die beliebtesten Destinationen sein.
- **Kreuzfahrten** – Unsere drei Marken planen in der Sommersaison die vollständige Flotte zu betreiben. Im Juni soll die Mein Schiff 7 die TUI Cruises-Flotte ergänzen, sodass dann insgesamt 17 Schiffe in Betrieb sein werden. Die für das H2 angebotenen verfügbaren Passagiertage¹⁴ liegen um 6 % über dem Vorjahresniveau, unterstützt durch das zusätzliche Kreuzfahrtschiff in der TUI Cruises-Flotte und trotz der Streichung einiger Routen um die Arabische Halbinsel, die in der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres unsere operative Verbesserung einschränken wird. Die gebuchte Auslastung¹⁵ liegt um 7 Prozentpunkte im Plus, unterstützt durch eine höhere Nachfrage nach den angebotenen Routen. Die Durchschnittsraten¹⁶ für das H2 liegen um 3 % bis 5 % über dem Vorjahr und verzeichnen zusammengenommen ein Plus von 2 % aufgrund einer Veränderung des Markenmix mit dem zusätzlichen Schiff in der Mein Schiff-Flotte sowie der Übertragung der Marella Voyager innerhalb des Segments. Für die Sommersaison bietet das Segment Kreuzfahrten zahlreiche Fahrtrouten an. Mein Schiff wird mit seiner Flotte aus sieben Schiffen das Mittelmeer, Nordeuropa, die Ostsee und Nordamerika befahren. Das von Hapag-Lloyd Cruises angebotene Programm fokussiert sich mit einer Flotte aus fünf Schiffen auf Europa, Nordamerika, Asien sowie Routen in die Arktis. Marella wird mit seiner Flotte aus fünf Schiffen Routen im Mittelmeer betreiben.
- **TUI Musement** – Wir setzen die Expansion unseres Geschäfts mit Touren und Aktivitäten fort. Dabei bauen wir unser Angebot an B2C-Erlebnissen sowie unser B2B-Geschäft mit Partnern aus und erwarten einen Anstieg der Anzahl von Transfers und verkauften Erlebnissen, unterstützt durch unser Geschäft im Bereich Märkte & Airlines. Die Buchungen für unser Geschäft mit Erlebnissen, das Exkursionen, Aktivitäten und Tickets umfasst, werden im H2 voraussichtlich um einen hohen einstelligen Prozentsatz wachsen. Für unser Geschäft mit Transfers und Services in den Destinationen erwarten wir eine Entwicklung im Einklang mit unseren geplanten Kapazitäten im Bereich Märkte & Airlines.

¹⁰ Buchungszahlen für das Geschäftsjahr 2024 (ohne Blue Diamond im Segment Hotels & Resorts) im Vergleich zu den Buchungszahlen für das Geschäftsjahr 2023. Stand 5. Mai 2024.

¹¹ Anzahl Öffnungstage multipliziert mit verfügbaren Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels.

¹² Belegte Betten dividiert durch verfügbare Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Betten.

¹³ Umsatz aus Unterkunft und Verpflegung dividiert durch belegte Bettennächte der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels.

¹⁴ Anzahl Betriebstage multipliziert mit verfügbaren Betten auf den betriebenen Schiffen.

¹⁵ Anzahl erreichter Passagiertage dividiert durch verfügbare Passagiertage.

¹⁶ 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.

Strategische Prioritäten

Die im Geschäftsbericht 2023 erläuterte Strategie der TUI Group¹⁷ wird fortgeführt. Unser Ziel ist es, Wachstum in unserem globalen Touristikgeschäft durch Skaleneffekte zu erzielen. Gleichzeitig verfolgen wir ehrgeizige Rentabilitätsziele.

Im Berichtszeitraum haben wir insbesondere folgende Initiativen im Rahmen unserer strategischen Transformation fortgeführt

- Zum Ausbau unseres Hotelportfolios haben wir eine Reihe von Hotels in Planung. Unser Ziel ist es, pro Quartal rund zehn neue Hotels unter Vertrag zu nehmen. Bis zum Ende des Geschäftsjahres wollen wir im Einklang mit unserer Wachstumsstrategie rund 20 neue Hotels in unser Portfolio aufnehmen. Im Rahmen dieser Strategie haben wir vor Kurzem die Eröffnung unseres ersten Robinson Clubs in der Trenddestination Vietnam angekündigt. Darüber hinaus verstärken wir unsere Präsenz in Subsahara-Afrika. Nach dem Start unserer neuen Marke für das gehobene Marktsegment „The Mora“ auf Sansibar ist ein weiteres Projekt in Ostafrika geplant, wo wir im April 2024 die Verträge für unser erstes TUI Blue Hotelprojekt in Kenia unterzeichnet haben.
- Im Segment Kreuzfahrten wird unser Produktwachstum durch Investitionen in Schiffsneubauten unseres Joint Ventures TUI Cruises getragen. Im Juni soll das erste von drei neuen Schiffen in Betrieb genommen werden. Die Mein Schiff 7 erweitert die Kapazität der Flotte und bietet Platz für annähernd 3.000 Passagiere. Sie soll mit Schiffsdiesel und in Zukunft auch mit grünem Methanol betrieben werden. In der ersten Sommersaison konzentrieren sich die Routen auf Nordeuropa- und Ostseereisen, während für die kommende Wintersaison Routen rund um die kanarischen Inseln geplant sind.
- Mit TUI Musement verfügt der Konzern über eine skalierbare Plattform auf dem Markt für Touren und Aktivitäten. Vor Kurzem haben wir bekanntgegeben, dass die Gesellschaft der neue Partner des Online-Reisebüros (OTA) loveholidays ist. TUI Musements digitale Plattform mit seinem kuratierten Portfolio von Ausflügen, Aktivitäten und Eintrittskarten steht damit allen Kunden des OTAs direkt zur Verfügung. Das Angebot für loveholidays-Kunden umfasst auch Angebote der TUI Collection, die vom TUI Team entwickelt wurden. Darüber hinaus können loveholidays-Kunden auch National Geographic Day-Touren buchen, die von TUI in Zusammenarbeit mit National Geographic Expeditions durchgeführt werden.
- Im Bereich Märkte & Airlines haben wir weitere Fortschritte bei der Erhöhung der Anzahl und des Anteils der dynamisch paketierte Angebote erzielt, um Auswahl, Flexibilität und damit Wachstum zu ermöglichen, ohne die Risikobelastung zu erhöhen. Ein Beispiel dafür ist unsere im Februar 2024 bekannt gegebene Kooperation mit Ryanair, durch die TUI Kunden bei der Buchung ihrer Reise aus einem noch größeren Angebot an Flügen wählen können. Wir haben darüber hinaus das Angebot an Unterkünften und Flügen mit mehreren anderen Anbietern weiter ausgebaut. Gleichzeitig haben wir Fortschritte bei unserer Produktqualität erzielt, was sich in einem Net Promoter Score von 52 per April für das laufende Geschäftsjahr zeigt.

Gleichzeitig wollen wir die Netto-Leverage Ratio weiter verbessern, indem wir uns auf die Optimierung des Working Capital und des Cash Flow aus dem operativen Geschäft konzentrieren, Investitionen in Vermögenswerte weiterhin diszipliniert vornehmen und weiteres Wachstum mit Joint Ventures generieren. Dies soll zur Optimierung unserer Bilanzstruktur beitragen, mit dem mittelfristigen Ziel, unseren Netto-Leverage Ratio¹⁸ auf stark unter 1,0x zu senken. In diesem Zusammenhang haben wir im Berichtsquartal erfolgreich eine nachhaltigkeitsbezogene Anleihe in Höhe von 500 Mio. € und einem Kupon von 5,875% platziert. Diese Emission ist eine Maßnahme im Rahmen unserer Zielsetzung, die verbleibende revolving Kreditfazilität (RCF) der KfW vollständig zurückzugeben und fremd zu finanzieren. Die Emissionserlöse wurden unter anderem zur Rückzahlung bestehender Verbindlichkeiten, zur Reduzierung der KfW-Kreditlinie und zur Deckung der mit der Anleihe verbundenen Kosten verwendet. Die Verzinsung der Anleihe ist an die Erreichung eines bestimmten Nachhaltigkeitsziels geknüpft. Die CO₂-Emissionen der Fluggesellschaften der TUI Group pro Revenue Passenger Kilometer¹⁹ sollen bis zum Ablauf des am 30. September 2026 endenden Geschäftsjahres um mindestens 11 % gesenkt werden (im Vergleich zum am 30. September 2019 beendeten Geschäftsjahr).

¹⁷ Details zu unserer Strategie siehe Geschäftsbericht der TUI Group 2023 ab Seite 24.

¹⁸ Netto-Leverage Ratio definiert als Nettoverschuldung (Finanzschulden zuzüglich Leasingverbindlichkeiten abzüglich Finanzmittel und abzüglich sonstiger kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte) dividiert durch bereinigtes EBITDA

¹⁹ Revenue Passenger Kilometers (RPK) oder Revenue Passenger Miles (RPM) ist eine Kennzahl der Luftfahrtindustrie, die die Anzahl der von zahlenden Passagieren zurückgelegten Kilometer angibt.



Im Februar 2024 verbesserte sich unser Rating erneut mit einer Anhebung des Ratings auf B+ durch S&P und auf B1 durch Moody's, jeweils mit positivem Ausblick. Diese Upgrades unterstreichen die operativen und finanziellen Fortschritte, die das Unternehmen bislang erzielt hat.

Prognoseveränderungsbericht

Wir bestätigen sämtliche im Geschäftsbericht 2023 getroffenen Erwartungen für das Geschäftsjahr 2024 und verweisen hierzu auf den TUI Group Geschäftsbericht 2023 ab Seite 56.



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 23
30625 Hannover
Tel.: + 49 (0)511 566 00
www.tuigroup.com

Unter folgendem Link stehen dieser am 15. Mai 2024 veröffentlichte Halbjahresfinanzbericht in deutscher und englischer Sprache sowie die Präsentation und der Webcast zur Verfügung: www.tuigroup.com/de-de/investoren