

QUARTALSMITTEILUNG 2016 / 17

Q1

GUTE GESCHÄFTS- ENTWICKLUNG IN Q1

- Wachstumsstrategie fortgeführt.
- Konzernumsatz um 8,5 %* gestiegen.
- Saisonaler Verlust (bereinigtes EBITA) zurückgegangen.
- Prognose für Anstieg des bereinigten EBITA um mindestens 10 % im Geschäftsjahr 2016 / 17* bestätigt.

* Auf Basis konstanter Wechselkurse und der aktuellen Konzernstruktur.

1. QUARTAL 2016/17

TUI Group in Zahlen

	Q1 2016/17	Q1 2015/16 geändert	Veränderung in %	Veränderung in % bei konstanten Wechselkursen
Mio. €				
Umsatzerlöse	3.285,9	3.212,3	+2,3	+8,5
Bereinigtes EBITA¹				
Region Nord	-20,2	-35,6	+43,3	+27,5
Region Zentral	-52,4	-27,0	-94,1	-94,1
Region West	-47,7	-27,7	-72,2	-72,2
Hotels & Resorts	49,0	25,2	+94,4	+93,7
Kreuzfahrten	19,1	8,2	+132,9	+132,9
Übrige Touristik	-0,3	-10,2	+97,1	n. a.
Touristik	-52,5	-67,1	+21,8	+15,8
Alle übrigen Segmente	-7,8	-13,3	+41,4	+23,3
TUI Group	-60,3	-80,4	+25,0	+17,0
Aufgegebene Geschäftsbereiche	-12,2	-21,3	+42,7	+45,1
Summe der Segmente	-72,5	-101,7	+28,7	+22,9
EBITA² (fortzuführende Geschäftsbereiche)	-69,5	-102,8	+32,4	
Bereinigtes EBITDA (fortzuführende Geschäftsbereiche)	32,6	7,0	+365,7	
EBITDA (fortzuführende Geschäftsbereiche)	29,8	-7,5	n. a.	
Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	-81,6	-138,1	+40,9	
Ergebnis je Aktie (fortzuführende Geschäftsbereiche) €	-0,19	-0,27	+29,6	
Eigenkapitalquote (31.12.) ³ %	24,7	15,6	+9,1	
Nettosach- und Finanzinvestitionen	138,2	159,3	-13,2	
Nettofinanzposition (fortzuführende Geschäftsbereiche, 31.12.)	-1.518,4	-1.875,6	+19,0	
Nettofinanzposition (aufgegebene Geschäftsbereiche, 31.12.)	290,6	-	n. a.	
Mitarbeiter (31.12.)	56.766	64.594	-12,1	

Differenzen durch Rundungen möglich.

Aufgrund folgender Änderungen in der Segmentierung wurden die Vorjahresquartalswerte angepasst:

Im September 2016 wurde die Hotelbeds Group veräußert, die seit dem Q2 2015/16 gemäß IFRS 5 als aufgegebener Geschäftsbereich ausgewiesen worden war. Die Zielgebietsagenturen waren zuvor aus dem Segment herausgelöst und in das Segment Übrige Touristik umgegliedert worden.

Darüber hinaus wurden aufgrund der geplanten Veräußerung von Travelopia, dem Großteil des Segments Specialist Group, die Einheiten Crystal Ski und Thomson Lakes & Mountains in die Region Nord umgegliedert. Das verbleibende Segment wird seit dem 30. September 2016 im aufgegebenen Geschäftsbereich ausgewiesen.

¹ Zur Erläuterung der operativen Geschäftsentwicklung in den Segmenten wird nachfolgend auf das um Sondereinflüsse bereinigte Ergebnis (bereinigtes EBITA) abgestellt. Das bereinigte Ergebnis ist um Abgangsergebnisse von Finanzanlagen, Restrukturierungsaufwendungen nach IAS 37, sämtliche Effekte aus Kaufpreisallokationen, Anschaffungsnebenkosten und bedingten Kaufpreiszahlungen sowie andere Aufwendungen und Erträge aus Einzelsachverhalten korrigiert worden.

² Das EBITA ist das Ergebnis vor Zinsen, Steuern vom Einkommen und vom Ertrag und Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte und ohne Einbeziehung der Ergebniseffekte aus der Containerschifffahrt und ohne Einbeziehung des Ergebnisses aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten.

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

Gute Geschäftsentwicklung in Q1 2016 / 17

- Konzernumsatz steigt um 8,5%¹. Das anhaltende Wachstum unserer Hotel-, Kreuzfahrt- und Konzeptmarken sowie die Realisierung weiterer Synergien aus dem Zusammenschluss führen zu Rückgang des saisonalen Verlusts (bereinigtes EBITA).
- Wachstumsstrategie fortgesetzt: Durch Transformation der TUI Group sind wir auf gutem Weg zum weltweit führenden integrierten Touristikonzern mit starken eigenen Hotel- und Kreuzfahrtmarken.
- Vereinbarung zur Veräußerung von Travelopia auf Grundlage eines Unternehmenswerts von 325 Mio. £ (381 Mio. €) bzw. des 14,4-fachen des bereinigten EBITA 2015 / 16 getroffen.
- Unsere Größe und unser integriertes Geschäftsmodell verschaffen uns starke Wettbewerbsvorteile. Wir sind gut positioniert, um unsere Wachstumsstrategie in einem anhaltend unsicheren geopolitischen und makroökonomischen Umfeld weiter umzusetzen.
- Die Buchungseingänge mit weiteren Zuwächsen bei Umsatz und Buchungen in den meisten Quellmärkten entsprechen unseren Erwartungen. Weitere Neueröffnungen bei unseren Hotel- und Konzeptmarken sowie die Inbetriebnahme von zwei Kreuzfahrtschiffen sind für diesen Sommer geplant.
- Auf der Grundlage unseres Q1-Ergebnisses und der aktuellen Buchungsstände bestätigen wir unsere Ergebnisprognose von einem Anstieg des bereinigten EBITA um mindestens 10% im Geschäftsjahr 2016 / 17¹.

ERGEBNISENTWICKLUNG Q1 IM ÜBERBLICK

Mio. €	Q1
Bereinigtes EBITA Q1 2015 / 16	-102
Anpassung Vorjahr (Ausweis Hotelbeds und Travelopia in aufgegebenen Geschäftsbereichen)	22
Bereinigtes EBITA Q1 2015 / 16 angepasst	-80
Operative Geschäftsentwicklung	29
Synergien aus dem Zusammenschluss	5
Effekt aus Flugzeugfinanzierung	1
TUI fly-Krankmeldungen	-22
Bereinigtes EBITA Q1 2016 / 17 exkl. FX	-67
Wechselkurseffekt	7
Bereinigtes EBITA Q1 2016 / 17	-60

- **Quellmärkte** – Umsatzplus von 8%¹ und Anstieg der Gästezahlen um 4% durch Wachstum in Großbritannien und Benelux sowie die erstmalige Einbeziehung der Veranstalteraktivitäten von Transat in Frankreich. Weitere Erhöhung des Online- und Direktvertriebs.
- Dem standen erwartungsgemäß die Auswirkungen außergewöhnlich hoher Krankmeldungen bei unserer deutschen Airline TUI fly im Oktober 2016 sowie die Kosten im Zusammenhang mit der Einführung der Marke TUI in den Nordischen Ländern und Belgien gegenüber.
- **Hotels & Resorts** – starke Entwicklung bei Riu mit einer Auslastung von 86% und um 6% höheren Durchschnittserlösen pro Bett im Q1 2016 / 17. Neueröffnungen: u. a. Riu Reggae in Jamaika und TUI Blue auf Teneriffa.

- **Kreuzfahrten** – Weiteres Wachstum bei TUI Cruises durch die Flotten-erweiterung um die Mein Schiff 5 und gestiegenes Ergebnis bei Hapag-Lloyd Cruises.
- Weitere Details siehe unter Geschäftsentwicklung in den Segmenten.

VERÄUSSERUNG VON TRAVELOPIA

Am 13. Februar 2017 hat die TUI Group angekündigt, dass mit KKR eine Vereinbarung über die Veräußerung von Travelopia, basierend auf einem Unternehmenswert von 325 Mio. £ (381 Mio. €) bzw. des 14,4-fachen des bereinigten EBITA 2015 / 16, getroffen wurde. Damit hat die TUI Group einen weiteren bedeutenden Schritt in ihrer strategischen Entwicklung genommen. Wie in der Präsentation zur Veröffentlichung der Geschäftszahlen 2015 / 16 im Dezember 2016 erläutert, wird der Veräußerungserlös in die Transformation der TUI zum weltweit führenden integrierten Touristikonzern mit Fokus auf eigene Hotel- und Kreuzfahrtmarken reinvestiert und zur weiteren Stärkung der Bilanz verwendet.

Travelopia war zuvor Teil der Specialist Group und umfasst ein Portfolio von mehr als 50 unabhängig geführten, in ihren jeweiligen Sparten führenden Spezialreiseveranstaltern. Travelopia wurde aufgrund der unterschiedlichen Geschäftsmodelle und des abweichenden strategischen Fokus außerhalb des Touristikgeschäfts der TUI geführt, um Wert und Wachstum der Spezialreiseveranstalter zu maximieren. Seit 30. September 2017 wurde der Bereich im Rahmen der von der TUI bekanntgegebenen Ergebnisse als aufgebener Geschäftsbereich ausgewiesen.

¹ Auf Basis konstanter Wechselkurse für den Berichts- und den Vorjahreszeitraum sowie auf Basis der aktuellen Konzernstruktur.

² Basierend auf einem £/€-Wechselkurs von 1,1725 vom 10. Februar 2017.

BUCHUNGSENTWICKLUNG

WINTERPROGRAMM 2016/17

Die Buchungseingänge für das Winterprogramm (Nebensaison in den meisten Quellmärkten und einem Teil unserer Hotels) entsprechen weiterhin unseren Erwartungen. Wir setzen den Ausbau unserer eigenen Hotel- und Kreuzfahrtmarken in diesem Winter fort. Wir haben ein neues Hotel mit 454 Zimmern unter dem Namen Riu Reggae auf Jamaika und ein neues TUI Blue-Hotel auf Teneriffa eröffnet sowie zwei Häuser in Österreich und Deutschland als TUI Blue-Hotels neu positioniert. Wir setzen den Ausbau unserer eigenen Konzepte in Dritthotels fort. In diesem Winter haben wir mehrere Sensimar- und Family Life-Hotels eröffnet, darunter in Thailand, auf Lanzarote, Mauritius und den Kapverden. Bei unseren Kreuzfahrtmarken, die vom ersten Winterbetrieb der Mein Schiff 5 bei TUI Cruises und der TUI Discovery im britischen Kreuzfahrtmarkt profitierten, verzeichnen wir weiterhin eine starke Nachfrage.

Unser Quellmarktprogramm ist zu 87% gebucht. Die Umsätze liegen um 8%, die Buchungseingänge um 4% über dem Vorjahr.

- Wir erzielen anhaltende Buchungszuwächse in den Quellmärkten bei unseren Kernhotel- und Konzeptmarken.
- In Großbritannien liegen Umsatz und Buchungszahlen weiterhin erheblich über den Vorjahreswerten. Dies entspricht unserer Kapazitätsplanung. Wachstum erzielen wir im Fernreisegeschäft und bei Kreuzfahrten sowie bei Reisen auf die Kanaren, nach Spanien, auf die Kapverden und nach Zypern.

- Die Nordischen Länder verzeichnen rückläufige Buchungen nach Ägypten und in die Türkei. Ohne Berücksichtigung dieser Destinationen liegen die Buchungen weitgehend auf dem Vorjahresniveau. Einen Anstieg der Nachfrage verzeichnen wir vor allem bei Reisen auf die Kanaren, nach Spanien und Griechenland. Das Buchungsvolumen wird auch durch die Termine der Weihnachts- und Osterferien beeinflusst.
- In Deutschland liegt der Umsatz über dem Vorjahreswert. Dem Wachstum bei Reisen auf die Kanaren, nach Spanien und im Fernreise-segment steht eine geringere Nachfrage für Reisen nach Ägypten und in die Türkei gegenüber. Die Buchungen entwickeln sich seit unserem letzten Buchungsupdate gut. Durch die wachsende Produkt-

vielfalt und die große Auswahl an Abflugorten bauen wir unseren Marktanteil im deutschen Markt weiter aus.

- In den Benelux-Ländern liegen Umsätze und Buchungen über den Vorjahreswerten, insbesondere durch das Wachstum bei Reisen auf die Kanaren, nach Spanien und im Fernreisegeschäft.

Aufgrund des späteren Ostertermins erwarten wir einen negativen Effekt in Höhe von etwa 30 bis 35 Mio. € auf die Q2-Ergebnisse der Quellmärkte und des Hotelbereichs. Dieser Effekt ist darauf zurückzuführen, dass der Ostertermin in verschiedenen Jahren in unterschiedliche Quartale fällt. Wir erwarten, dass sich dieser Effekt im Q3 umkehrt.

AKTUELLE BUCHUNGSENTWICKLUNG WINTERSAISON 2016/17¹

Veränderungen gegenüber Vorjahr %	Gesamtumsatz ²	Gästezahl ²	Durchschnitts-reisepreis ²	Verkauftes Programm (%)
Region Nord	11	6	4	84
Großbritannien	21	12	8	81
Nordische Länder	-6	-4	-2	93
Region Zentral	6	2	5	86
Deutschland	5	-	5	85
Region West	6	4	2	93
Benelux	3	1	2	93
Quellmärkte gesamt	8	4	4	87

¹ Stand 5. Februar 2017 (auf Basis konstanter Wechselkurse).

² Die Kennzahlen umfassen sämtliche Kunden, ungeachtet einer etwaigen Ausfallgefährdung.

SOMMERPROGRAMM 2017

In dieser relativ frühen Buchungsphase entsprechen die Buchungseingänge für das Sommerprogramm unseren Erwartungen. Das Quellmarktprogramm ist zu 35 % gebucht und liegt damit auf Vorjahresniveau. Die Umsätze liegen um 9 %, die Buchungen um 4 % über den Vorjahreswerten. Wie erwartet, zeigt sich ein anhaltender Rückgang der Türkei-buchungen (die im Sommer 2016 rund 8 % der Quellmarkt-buchungen ausmachten) und eine Verlagerung der Nachfrage zu alternativen Destinationen. Dank unseres umfangreichen Portfolios bei Konzern- und Dritthotels in Spanien, Griechenland, auf den Kapverden und in weiteren Destinationen sind wir gut positioniert, um darauf zu reagieren. In Großbritannien, wo das Programm am stärksten gebucht ist (43 %), setzen wir unser Wachstum mit einem Umsatzplus von 12 % und einen Buchungszuwachs von 3 % fort, getrieben durch steigende Umsätze unserer Kernhotel- und Konzeptmarken. Besonders gefragt sind Destinationen im westlichen Mittelmeer, auf den Kanaren, Zypern, den Kapverden und in der Karibik. Außerdem wird im Mai 2017 das Kreuzfahrtschiff TUI Discovery 2 für den britischen Markt in Dienst gestellt. Wir werden das Wachstum unserer eigenen Hotelmarken fortsetzen, unter anderem mit neuen TUI Blue-Hotels in Kroatien und Italien. Darüber hinaus bauen wir unsere eigenen Veranstalterkonzepte in Dritthotels weiter aus, z. B. auf Sardinien, in Italien, Kroatien, Spanien, Griechenland und Bulgarien. Im Juni 2017 werden wir die Mein Schiff 6 in Dienst stellen. Buchungen von Kreuzfahrten auf diesem und anderen Schiffen verlaufen weiterhin gut.

Prognoseveränderungsbericht

Wir haben im Q1 ein gutes operatives Ergebnis erzielt, und die Buchungsentwicklung entspricht unseren Erwartungen. Wir setzen unsere Wachstumsstrategie durch Transformation des Geschäfts zum weltweit führenden integrierten Touristikkonzern mit starken eigenen Hotel- und Kreuzfahrtmarken fort und haben für das kommende Jahr weitere Neueröffnungen und Inbetriebnahmen geplant. Wir haben eine Vereinbarung über die Veräußerung von Travelopia erzielt, und unsere Verhandlungen mit Etihad zur Veräußerung von TUI fly und der Gründung einer Ferienfluggesellschaft für die Märkte in Deutschland, Österreich und der Schweiz schreiten voran. Wir sind gut positioniert, um unsere Wachstumsstrategie in einem anhaltend unsicheren geopolitischen und makroökonomischen Umfeld weiter umzusetzen. Auf der Grundlage unseres Q1-Ergebnisses und der Buchungsentwicklung bestätigen wir daher unsere Prognose, beim bereinigten EBITA um mindestens 10 % im Jahr 2016/17* zu wachsen.

* Auf Basis konstanter Wechselkurse für den Berichts- und den Vorjahreszeitraum sowie auf Basis der aktuellen Konzernstruktur.

Ertragslage des Konzerns

UMSATZ

Mio. €	Q1 2016/17	Q1 2015/16 geändert	Veränderung in %
Region Nord	1.201,7	1.269,3	-5,3
Region Zentral	1.140,9	1.089,4	+4,7
Region West	549,4	486,9	+12,8
Hotels & Resorts	141,2	132,4	+6,6
Kreuzfahrten	62,2	53,9	+15,4
Übrige Touristik	150,6	148,0	+1,8
Touristik	3.246,0	3.179,9	+2,1
Alle übrigen Segmente	39,9	32,4	+23,1
TUI Group	3.285,9	3.212,3	+2,3
TUI Group zu konstanten Wechselkursen	3.486,2	3.212,3	+8,5
Aufgegebene Geschäftsbereiche	252,4	506,1	-50,1
Summe der Segmente	3.538,3	3.718,4	-4,8

BEREINIGTES EBITA

Mio. €	Q1 2016/17	Q1 2015/16 geändert	Veränderung in %
Region Nord	-20,2	-35,6	+43,3
Region Zentral	-52,4	-27,0	-94,1
Region West	-47,7	-27,7	-72,2
Hotels & Resorts	49,0	25,2	+94,4
Kreuzfahrten	19,1	8,2	+132,9
Übrige Touristik	-0,3	-10,2	+97,1
Touristik	-52,5	-67,1	+21,8
Alle übrigen Segmente	-7,8	-13,3	+41,4
TUI Group	-60,3	-80,4	+25,0
TUI Group zu konstanten Wechselkursen	-66,7	-80,4	+17,0
Aufgegebene Geschäftsbereiche	-12,2	-21,3	+42,7
Summe der Segmente	-72,5	-101,7	+28,7

EBITA

Mio. €	Q1 2016/17	Q1 2015/16 geändert	Veränderung in %
Region Nord	-24,5	-41,8	+41,4
Region Zentral	-53,8	-32,6	-65,0
Region West	-48,7	-28,9	-68,5
Hotels & Resorts	47,4	24,5	+93,5
Kreuzfahrten	19,2	8,2	+134,1
Übrige Touristik	-0,9	-12,0	+92,5
Touristik	-61,3	-82,6	+25,8
Alle übrigen Segmente	-8,2	-20,2	+59,4
TUI Group	-69,5	-102,8	+32,4
Aufgegebene Geschäftsbereiche	-15,6	-39,3	+60,3
Summe der Segmente	-85,1	-142,1	+40,1

Geschäftsentwicklung in den Segmenten

REGION NORD

		Q1 2016/17	Q1 2015/16	Veränderung in %
			geändert	
Umsatz	in Mio. €	1.201,7	1.269,3	-5,3
Bereinigtes EBITA	in Mio. €	-20,2	-35,6	+43,3
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	in Mio. €	-25,8	-35,6	+27,5
Direktvertrieb ¹	in %, Veränderung in %-Pkt.	91	89	+2
Online-Vertrieb ²	in %, Veränderung in %-Pkt.	62	59	+3
Gästeszahlen	in Tsd.	1.304	1.220	+6,9

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

² Anteil der über Online-Plattformen verkauften Reisen.

- In der Region Nord lagen die Anteile des Direktvertriebs und des Online-Vertriebs mit 91 % (plus zwei Prozentpunkte) bzw. 62 % (plus drei Prozentpunkte) weiterhin auf hohem Niveau.
- Großbritannien entwickelte sich mit einem erfolgreichen Abschluss des Spätsommergeschäfts 2016 und einem Plus bei den Gästeszahlen um 10 % weiterhin gut. Die Nachfrage nach Fernreisen, Kreuzfahrten mit der neu in Dienst gestellten TUI Discovery sowie nach unseren eigenen Hotelmarken und -konzepten stieg weiter an.
- In den Nordischen Ländern war das Wettbewerbsumfeld weiterhin herausfordernd. Die rückläufige Nachfrage nach Türkei- und Ägypten-Reisen sowie die Kosten für die Markenumstellung belasteten die Entwicklung im Quartal.
- Nach erfolgten Umstrukturierungen in den Nordischen Ländern fokussieren wir uns darauf, die Effizienz weiter zu verbessern.
- Die Einführung der Marke TUI in den Nordischen Ländern verläuft nach Plan mit einer guten ungestützten Markenbekanntheit für TUI.

REGION ZENTRAL

		Q1 2016/17	Q1 2015/16	Veränderung in %
			geändert	
Umsatz	in Mio. €	1.140,9	1.089,4	+4,7
Bereinigtes EBITA	in Mio. €	-52,4	-27,0	-94,1
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	in Mio. €	-52,4	-27,0	-94,1
Direktvertrieb ¹	in %, Veränderung in %-Pkt.	46	44	+2
Online-Vertrieb ²	in %, Veränderung in %-Pkt.	16	14	+2
Gästeszahlen	in Tsd.	1.261	1.257	+0,3

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

² Anteil der über Online-Plattformen verkauften Reisen.

- In der Region Zentral wurde der Anteil des Direktvertriebs auf 46 % (plus zwei Prozentpunkte) und des Online-Vertriebs auf 16 % (plus zwei Prozentpunkte) weiter verbessert.
- Bei verbesserten Buchungseingängen wurde der deutsche Marktanteil weiter ausgebaut. Positiv wirkten sich in diesem Zusammenhang die wachsende Produktvielfalt sowie die große Auswahl an Abflughäfen aus.
- Das Ergebnis im deutschen Markt war durch die außergewöhnlich zahlreichen Krankmeldungen bei TUI fly im Oktober 2016 mit rund 22 Mio. € belastet.

REGION WEST

		Q1 2016/17	Q1 2015/16	Veränderung in %
Umsatz	in Mio. €	549,4	486,9	+12,8
Bereinigtes EBITA	in Mio. €	-47,7	-27,7	-72,2
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	in Mio. €	-47,7	-27,7	-72,2
Direktvertrieb ¹	in %, Veränderung in %-Pkt.	72	70	+2
Online-Vertrieb ²	in %, Veränderung in %-Pkt.	55	52	+3
Gästezahlen	in Tsd.	926	877	+5,6

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

² Anteil der über Online-Plattformen verkauften Reisen.

- Im Direktvertrieb und im Online-Vertrieb wurden mit einem Anteil von 72 % (plus zwei Prozentpunkte) bzw. 55 % (plus drei Prozentpunkte) weitere Verbesserungen erzielt, auch getragen von der Einführung der Marke TUI in Belgien, die nach Plan verläuft. Dies belegt eine gute ungestützte Markenbekanntheit.
- Die Quartalswerte enthielten erstmals das saisonbedingt negative EBITA von Transat sowie Kosten für die Einführung der Marke TUI in Belgien.
- Darüber hinaus war die Entwicklung in den Niederlanden von Einschränkungen im Nachtflugbetrieb im Q1 2016/17 sowie gestiegenen Kompensationen für Nichtbeförderung von Passagieren beeinträchtigt.
- Die Integration von Transat in unsere französischen Veranstalteraktivitäten verläuft gut und wir rechnen mit einem weitgehend ausgeglichenen bereinigten EBITA in diesem Geschäftsjahr.

HOTELS & RESORTS

		Q1 2016/17	Q1 2015/16	Veränderung in %
Gesamtumsatz	in Mio. €	283,2	270,6	+4,7
Umsatz	in Mio. €	141,2	132,4	+6,6
Bereinigtes EBITA	in Mio. €	49,0	25,2	+94,4
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	in Mio. €	48,8	25,2	+93,7
Kapazität Hotels gesamt^{1, 4}	in Tsd.	7.791,3	7.732,9	+0,8
Riu		4.202,1	4.235,2	-0,8
Robinson		654,1	650,1	+0,6
Auslastung Hotels gesamt²	in %, Veränderung in %-Pkt.	71,9	73,2	-1,3
Riu		85,9	83,9	+2,0
Robinson		64,3	64,2	+0,1
Erlöse pro Bett Hotels gesamt³	in €	59,49	57,52	+3,4
Riu		63,30	59,52	+6,4
Robinson		87,25	85,05	+2,6

Alle Angaben inklusive der ehemaligen TUI Travel-Hotels.

¹ Anzahl Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels, multipliziert mit Öffnungstagen pro Quartal.

² Belegte Betten, dividiert durch Kapazität.

³ Arrangement-Umsatz, dividiert durch belegte Betten.

⁴ Vorjahreswerte angepasst.

- Riu entwickelte sich weiterhin sehr erfolgreich, insbesondere in Spanien und Mexiko, mit einem Anstieg der Durchschnittserlöse pro Bett um 6 % insgesamt.
- Robinson entwickelte sich mit einem Plus der durchschnittlichen Erlöse pro Bett um 3 % ebenfalls gut.
- Diesen positiven Entwicklungen stand die weiterhin geringere Nachfrage für die Türkei und Nordafrika gegenüber.
- Wir sind weiterhin Branchenführer bei der Auslastung (Riu 86 %, Hotels & Resorts insgesamt 72 %) infolge unserer Präsenz in Ganzjahresdestinationen, der Vertriebsstärke in unseren Quellmärkten und unseres Zugangs zu weiteren Wachstumsmärkten wie den USA.

- Im Berichtsquartal wurden unter anderem das Riu Reggae auf Jamaika und das TUI Blue auf Teneriffa eröffnet.

KREUZFAHRTEN

		Q1 2016/17	Q1 2015/16	Veränderung in %
Umsatz	in Mio. €	62,2	53,9	+ 15,4
Bereinigtes EBITA	in Mio. €	19,1	8,2	+ 132,9
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	in Mio. €	19,1	8,2	+ 132,9
Auslastung	in %, Veränderung in %-Pkt.			
Hapag-Lloyd Cruises		71,3	69,7	+ 2,3
TUI Cruises		99,5	100,5	- 1,0
Passagiertage	in Tsd.			
Hapag-Lloyd Cruises		74,4	71,5	+ 4,1
TUI Cruises		1.007,5	818,3	+ 23,1
Durchschnittsrate*	in €			
Hapag-Lloyd Cruises		549,0	478,3	+ 14,8
TUI Cruises		143,1	146,3	- 2,2

* Pro Tag und Passagier.

- TUI Cruises erzielte weiterhin signifikantes Wachstum bei einer anhaltend hohen Auslastung und guten Raten sowie einem zusätzlichen Schiff in diesem Winter, der Mein Schiff 5. Demgegenüber belastete im Berichtsquartal ein Werftaufenthalt der Mein Schiff 2 die Entwicklung.
- Hapag-Lloyd Cruises erreichte im Berichtsquartal weitere Zuwächse bei Auslastung, Raten und Ergebnis, die durch optimierte Reiserouten bei der Europa, der Europa 2 und der Hanseatic erzielt wurden.

ÜBRIGE TOURISTIK

Mio. €	Q1 2016/17	Q1 2015/16 geändert	Veränderung in %
Umsatz	150,6	148,0	+ 1,8
Bereinigtes EBITA	- 0,3	- 10,2	+ 97,1
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	1,5	- 10,2	n.a.

- Die Zielgebietsagenturen verzeichneten eine verbesserte Nachfrage.
- Die verbesserte Entwicklung von Corsair war durch Treibstoffeinsparungen und gestiegene Umsätze bedingt.

ALLE ÜBRIGEN SEGMENTE

Mio. €	Q1 2016/17	Q1 2015/16 geändert	Veränderung in %
Umsatz	39,9	32,4	+ 23,1
Bereinigtes EBITA	- 7,8	- 13,3	+ 41,4
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	- 10,2	- 13,3	+ 23,3

Cash Flow / Investitionen / Nettofinanzposition

Der Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit verminderte sich um 270,9 Mio. € auf – 1.139,6 Mio. €. Wesentlich hierfür waren ein verbessertes Working Capital durch die geringere Saisonalität des Geschäfts nach

dem Abgang der Hotelbeds Group im September 2016 sowie positive Währungseffekte.

NETTOSACH- UND FINANZINVESTITIONEN

Mio. €	Q1 2016/17	Q1 2015/16 geändert	Veränderung in %
Region Nord	19,9	26,6	– 25,2
Region Zentral	3,2	3,8	– 15,8
Region West	7,3	2,9	+ 151,7
Hotels & Resorts	58,8	67,7	– 13,1
Kreuzfahrten	15,9	8,7	+ 82,8
Übrige Touristik	25,6	24,4	+ 4,9
Touristik	130,7	134,1	– 2,5
Alle übrigen Segmente	1,4	11,9	– 88,2
TUI Group	132,1	146,0	– 9,5
Aufgegebene Geschäftsbereiche	6,1	13,3	– 54,1
Summe der Segmente	138,2	159,3	– 13,2
Nettovorauszahlungen auf Flugzeugbestellungen	83,7	0,7	n. a.
Finanzinvestitionen	102,1	12,5	+ 716,8
Desinvestitionen	5,2	– 42,5	n. a.
Nettosach- und Finanzinvestitionen	329,2	130,0	+ 153,2

Die Nettoverschuldungsposition der fortzuführenden Geschäftsbereiche (Finanzmittel abzüglich Finanzschulden und Finanzierungsleasinggeschäfte) betrug zum 31. Dezember 2016 1.518,4 Mio. € (31. Dezem-

ber 2015: Nettoverschuldung in Höhe von 1,875,6 Mio. € inklusive der Hotelbeds Group).

Fremdwährungen / Treibstoff

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 Bedarfe an den Währungen, Euro und US-Dollar sowie an Flugbenzin, der aktuell in unseren Quellmärkten abgesichert ist, das über 90 % unseres Währungs- und Treibstoffrisikos ausmacht.

FREMDWÄHRUNGEN/TREIBSTOFF		
%	Winter 2016/17	Sommer 2017
Euro	98	91
US-Dollar	95	84
Treibstoff	93	90

Stand: 10. Februar 2017

Bilanz

KONZERNBILANZ DER TUI AG ZUM 31.12.2016

Mio. €	31.12.2016	30.9.2016
Aktiva		
Geschäfts- oder Firmenwerte	2.927,5	2.853,5
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	557,4	545,8
Sachanlagen	3.919,1	3.714,5
Nach der Equity-Methode bewertete Unternehmen	1.257,0	1.180,8
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	70,6	50,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Vermögenswerte	365,2	315,3
Derivative Finanzinstrumente	178,8	126,8
Latente Ertragsteueransprüche	299,3	344,7
Langfristige Vermögenswerte	9.574,9	9.131,8
Vorräte	116,5	105,2
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	319,0	265,8
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Vermögenswerte	1.544,8	1.320,1
Derivative Finanzinstrumente	599,2	544,6
Tatsächliche Ertragsteueransprüche	130,5	87,7
Finanzmittel	659,3	2.072,9
Zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte	955,1	929,8
Kurzfristige Vermögenswerte	4.324,4	5.326,1
	13.899,3	14.457,9

KONZERNBILANZ DER TUI AG ZUM 31.12.2016

Mio. €	31.12.2016	30.9.2016
Passiva		
Gezeichnetes Kapital	1.500,7	1.500,7
Kapitalrücklage	4.192,2	4.192,2
Gewinnrücklagen	-2.875,0	-3.017,8
Eigenkapital vor nicht beherrschenden Anteilen	2.817,9	2.675,1
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter am Eigenkapital	609,3	573,1
Eigenkapital	3.427,2	3.248,2
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	1.333,8	1.410,3
Sonstige Rückstellungen	818,4	803,0
Langfristige Rückstellungen	2.152,2	2.213,3
Finanzschulden	1.988,3	1.503,4
Derivative Finanzinstrumente	18,6	27,5
Tatsächliche Ertragsteuerverbindlichkeiten	146,4	22,2
Latente Ertragsteuerverbindlichkeiten	58,2	62,9
Sonstige Verbindlichkeiten	173,2	160,1
Langfristige Verbindlichkeiten	2.384,7	1.776,1
Langfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	4.536,9	3.989,4
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	41,5	40,6
Sonstige Rückstellungen	387,6	374,8
Kurzfristige Rückstellungen	429,1	415,4
Finanzschulden	189,4	537,7
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.650,0	2.476,9
Derivative Finanzinstrumente	177,3	249,6
Tatsächliche Ertragsteuerverbindlichkeiten	74,8	196,0
Sonstige Verbindlichkeiten	2.911,1	2.872,4
Kurzfristige Verbindlichkeiten	5.002,6	6.332,6
Schulden i. Z. m. zur Veräußerung bestimmten Vermögenswerten	503,5	472,3
Kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	5.935,2	7.220,3
	13.899,3	14.457,9

Gewinn- und Verlustrechnung

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DER TUI AG FÜR DIE ZEIT VOM 1.10.2016 BIS 31.12.2016

Mio. €	Q1 2016/17	Q1 2015/16 geändert	Veränderung in %
Umsatzerlöse	3.285,9	3.212,3	+2,3
Umsatzkosten	3.102,6	3.039,6	+2,1
Bruttogewinn	183,3	172,7	+6,1
Verwaltungsaufwendungen	287,3	311,6	-7,8
Sonstige Erträge	2,2	15,7	-86,0
Andere Aufwendungen	1,3	2,7	-51,9
Finanzerträge	6,2	6,1	+1,6
Finanzaufwendungen	41,7	87,8	-52,5
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen	35,3	22,5	+56,9
Ergebnis vor Ertragsteuern aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	-103,3	-185,1	+44,2
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-21,7	-47,0	+53,8
Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	-81,6	-138,1	+40,9
Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-8,5	-25,8	+67,1
Konzernverlust	-90,1	-163,9	+45,0
Anteil der Aktionäre der TUI AG am Konzernverlust	-117,5	-184,0	+36,1
Anteil nicht beherrschender Gesellschafter am Konzernverlust	27,4	20,1	+36,3

Kapitalflussrechnung

VERKÜRZTE KAPITALFLUSSRECHNUNG DES TUI KONZERNS

Mio. €	Q1 2016/17	Q1 2015/16
Mittelabfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	-1.139,6	-1.410,5
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-329,2	-129,0
Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit	25,4	904,0
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands	-1.443,4	-635,5
Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelbestands	-1,3	-4,7
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	2.403,6	1.682,2
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	958,9	1.042,0
davon in der Bilanzposition Zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte enthalten	299,6	-

Alternative Performance-Kennzahlen

Wesentliche Kennzahlen für die Steuerung der TUI Group sind das EBITA und das bereinigte EBITA. Wir halten die Ergebniskennzahl EBITA für die am besten geeignete Steuerungsgröße zur Erklärung der operativen Geschäftsentwicklung der TUI Group. Das EBITA ist das Ergebnis vor Zinsen, Steuern vom Einkommen und vom Ertrag und Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte und ohne Einbeziehung der Ergebniseffekte aus der Containerschifffahrt sowie ohne Einbeziehung des Ergebnisses aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten.

Die nachstehende Tabelle zeigt die Überleitung des Ergebnisses vor Ertragsteuern aus fortzuführenden Geschäftsbereichen auf das bereinigte Ergebnis. Im Q1 2016/17 wurden Bereinigungen (einschließlich Einzelsachverhalten und Kaufpreisallokationen für fortgeführte Geschäftsbereiche) in Höhe von insgesamt 9,2 Mio. € vorgenommen. Dies ist ein Rückgang um 13,2 Mio. € gegenüber dem Vorjahr.

In dem verbesserten Zinsergebnis im Q1 wirkte sich insbesondere die im Vorjahr erfolgte Ablösung der Hochzinsanleihe positiv aus, während der Zinsaufwand aus Finanzierungsleasinginstrumenten anstieg.

ÜBERLEITUNG AUF BEREINIGTES EBITA

Mio. €	Q1 2016/17	Q1 2015/16 geändert	Veränderung in %
Ergebnis vor Ertragsteuern aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	-103,3	-185,1	+44,2
Zuzüglich Verlusten aus der Bewertung des Engagements in der Containerschifffahrt	-	41,6	n.a.
Zuzüglich Nettozinsbelastung und Aufwand aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten	33,8	40,7	-17,0
EBITA	-69,5	-102,8	+32,4
Bereinigungen:			
zuzüglich Abgangsverlusten	0,7	1,5	
zuzüglich Restrukturierungsaufwand	0,2	1,7	
zuzüglich Aufwand aus Kaufpreisallokation	7,7	11,6	
zuzüglich Aufwand aus Einzelsachverhalten	0,6	7,6	
Bereinigtes EBITA	-60,3	-80,4	+25,0

KENNZAHLEN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Mio. €	Q1 2016/17	Q1 2015/16 geändert	Veränderung in %
Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern, Abschreibungen und Mieten (EBITDAR)	212,2	194,0	+9,4
Operative Mietaufwendungen	182,4	201,5	-9,5
Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und Abschreibungen (EBITDA)	29,8	-7,5	n.a.
Abschreibungen abzgl. Zuschreibungen*	99,3	95,3	+4,2
Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und außerplanmäßigen Wertminderungen von Geschäfts- oder Firmenwerten (EBITA)	-69,5	-102,8	+32,4
Außerplanmäßige Wertminderungen von Geschäfts- oder Firmenwerten	-	-	-
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)	-69,5	-102,8	+32,4
Nettozinsbelastung und Aufwand aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten	33,8	40,7	-17,0
Verluste aus der Bewertung des Engagements in der Containerschifffahrt	-	-41,6	n.a.
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	-103,3	-185,1	+44,2

* Auf Sach- und immaterielle Anlagen, finanzielle und sonstige Vermögenswerte.

Weitere Segmentkennzahlen

BEREINIGTES EBITDA

Mio. €	Q1 2016/17	Q1 2015/16 geändert	Veränderung in %
Region Nord	1,4	-16,1	n.a.
Region Zentral	-47,5	-22,1	-114,9
Region West	-43,7	-23,8	-83,6
Hotels & Resorts	70,1	47,1	+48,8
Kreuzfahrten	24,1	12,8	+88,3
Übrige Touristik	14,7	1,8	+716,7
Touristik	19,1	-0,3	n.a.
Alle übrigen Segmente	13,5	7,3	+84,9
TUI Group	32,6	7,0	+365,7
Aufgegebene Geschäftsbereiche	-12,2	-9,7	-25,8
Summe der Segmente	20,4	-2,7	n.a.

EBITDA

Mio. €	Q1 2016/17	Q1 2015/16 geändert	Veränderung in %
Region Nord	0,2	-18,7	n.a.
Region Zentral	-48,4	-27,2	-77,9
Region West	-43,8	-24,1	-81,7
Hotels & Resorts	69,5	47,5	+46,3
Kreuzfahrten	24,1	12,8	+88,3
Übrige Touristik	14,2	-	n.a.
Touristik	15,8	-9,7	n.a.
Alle übrigen Segmente	14,0	2,2	+536,4
TUI Group	29,8	-7,5	n.a.
Aufgegebene Geschäftsbereiche	-15,6	-19,9	+21,6
Summe der Segmente	14,2	-27,4	n.a.

Kontakt für Analysten und Investoren

Andy Long, Director of Investor Relations
Tel.: +44 (0)1293 645 925

KONTAKT FÜR ANALYSTEN UND INVESTOREN IN UK, IRLAND UND AMERIKA

Sarah Coomes, Head of Investor Relations
Tel.: +44 (0)1293 645 827

Hazel Newell, Investor Relations Manager
Tel.: +44 (0)1293 645 823

Jacqui Smith, PA to Andy Long
Tel.: +44 (0)1293 645 925

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, Investor Relations Manager
Tel.: +49 (0)511 566 1318

Jessica Blinne, Team Assistant
Tel.: +49 (0)511 566 1425

Die Präsentation und der Webcast zum Q1 2016/17 stehen unter folgendem Link zur Verfügung: www.tuigroup.com/de-de/investoren.

Vorbehalt bei zukunftsgerichteten Aussagen

Diese Quartalsmitteilung enthält verschiedene Prognosen und Erwartungen sowie Aussagen, die die zukünftige Entwicklung des TUI Konzerns und der TUI AG betreffen. Diese Aussagen beruhen auf Annahmen und Schätzungen und können mit bekannten und unbekanntem Risiken und Ungewissheiten verbunden sein. Die tatsächlichen Entwicklungen und Ergebnisse sowie die Finanz- und Vermögenslage können daher wesentlich von den geäußerten Erwartungen und Annahmen abweichen. Gründe hierfür können, neben anderen, Marktschwankungen, die Entwicklung der Weltmarktpreise für Rohstoffe sowie der Finanzmärkte und Wechselkurse, Veränderungen nationaler und internationaler Gesetze und Vorschriften oder grundsätzliche Veränderungen des wirtschaftlichen und politischen Umfelds sein. Es ist weder beabsichtigt noch übernimmt TUI eine gesonderte Verpflichtung, zukunftsbezogene Aussagen zu aktualisieren oder sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Erscheinen dieser Mitteilung anzupassen.

Impressum

HERAUSGEBER

TUI AG

Karl-Wiechert-Allee 4

30625 Hannover

Tel.: +49 511 566-00

Fax: +49 511 566-1901

www.tuigroup.com

KONZEPT UND DESIGN

3st kommunikation, Mainz

PHOTOGRAPHY

Titel Getty Images

Diese Quartalsmitteilung liegt in deutscher und
englischer Sprache vor:

www.tuigroup.com/de-de/investoren

Veröffentlichung am 14. Februar 2017

Finanzkalender

14. FEBRUAR 2017

Ordentliche Hauptversammlung 2017

29. MÄRZ 2017

Buchungsupdate

15. MAI 2017

Halbjahresfinanzbericht 2016/17

10. AUGUST 2017

Quartalsmitteilung zum 3. Quartal 2016/17

28. SEPTEMBER 2017

Buchungsupdate

13. DEZEMBER 2017

Geschäftsbericht 2016/17