

# 1. HALBJAHR 2018

## TUI Group in Zahlen

Mio. €	Q2 2018	Q2 2017 geändert	Veränderung in %	H1 2018	H1 2017 geändert	Veränderung in %	Veränderung in % bei konstanten Wechselkursen
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>3.264,1</b>	<b>3.071,8</b>	<b>+ 6,3</b>	<b>6.813,5</b>	<b>6.353,8</b>	<b>+ 7,2</b>	<b>+ 8,5</b>
<b>Bereinigtes EBITA<sup>1</sup></b>							
Hotels & Resorts	84,8	73,6	+15,2	179,2	122,8	+45,9	+48,2
Kreuzfahrten	54,9	46,9	+17,1	92,4	75,0	+23,2	+24,0
Zielgebietserlebnisse	-9,1	-2,5	-264,0	-9,3	0,3	n.a.	-
Urlaubserlebnisse	130,6	118,0	+10,7	262,3	198,1	+32,4	+35,0
Region Nord	-89,4	-108,7	+17,8	-120,5	-138,0	+12,7	+11,8
Region Zentral	-89,4	-91,3	+2,1	-145,8	-143,7	-1,5	-1,6
Region West	-59,7	-54,5	-9,5	-105,6	-102,2	-3,3	-3,3
Vertrieb & Marketing	-238,5	-254,5	+6,3	-371,9	-383,9	+3,1	+2,8
Alle übrigen Segmente	-25,8	-17,5	-47,4	-49,0	-28,5	-71,9	-56,6
<b>TUI Group</b>	<b>-133,7</b>	<b>-154,0</b>	<b>+13,2</b>	<b>-158,6</b>	<b>-214,3</b>	<b>+26,0</b>	<b>+29,8</b>
Aufgegebene Geschäftsbereiche	-	-3,1	n.a.	-	-15,3	n.a.	-
<b>Summe der Segmente</b>	<b>-133,7</b>	<b>-157,1</b>	<b>+14,9</b>	<b>-158,6</b>	<b>-229,6</b>	<b>+30,9</b>	<b>+34,5</b>
<b>EBITA<sup>2,3</sup></b>	<b>-147,2</b>	<b>-182,4</b>	<b>+19,3</b>	<b>-192,3</b>	<b>-251,9</b>	<b>+23,7</b>	
<b>Bereinigtes EBITDA<sup>3</sup></b>	<b>-31,5</b>	<b>-59,9</b>	<b>+47,4</b>	<b>37,8</b>	<b>-27,3</b>	<b>n.a.</b>	
<b>EBITDA<sup>3</sup></b>	<b>-40,2</b>	<b>-82,1</b>	<b>+51,0</b>	<b>15,3</b>	<b>-52,3</b>	<b>n.a.</b>	
Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	-141,5	-163,9	+13,7	-200,2	-245,5	+18,5	
Ergebnis je Aktie <sup>3</sup> €	-0,29	-0,32	+9,4	-0,46	-0,51	+9,8	
Nettosach- und Finanzinvestitionen	66,5	365,8	-81,8	207,3	695,1	-70,2	
Eigenkapitalquote (31.3.) <sup>4</sup> %				21,3	20,0	+1,3	
Nettoverschuldung (31.3.) <sup>3</sup>				576,0	1.404,1	-59,0	
Mitarbeiter (31.3.)				55.773	58.698	-5,0	

Differenzen durch Rundungen möglich.

Der vorliegende Halbjahresfinanzbericht der TUI Group bezieht sich auf das H1 2018, das den Zeitraum vom 1. Oktober 2017 bis zum 31. März 2018 umfasst.

Die Bezeichnung der Vorperioden wurde entsprechend angepasst.

<sup>1</sup> Zur Erläuterung und Bewertung 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 bedingte Kaufpreiszahlungen sowie andere Aufwendungen und Erträge aus Einzelsachverhalten korrigiert worden. Für weitere Details siehe auch Seite 14.

<sup>2</sup> Das EBITA definieren wir als Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und Wertberichtigungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte. Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte sind im EBITA enthalten. Nicht im EBITA enthalten sind Bewertungseffekte auf Zinssicherungsinstrumente sowie im Vorjahr Ergebniseffekte aus der Containerschifffahrt.

<sup>3</sup> Fortzuführende Geschäftsbereiche.

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

## Auf Kurs zur Erfüllung unserer Wachstumsziele

- Im H1 2018 haben wir eine gute Geschäftsentwicklung erzielt, das saisonale Ergebnis hat sich weiter verbessert. Unser Umsatz stieg um 7,2 % auf 6.813,5 Mio. €. Zugleich verbesserte sich das bereinigte EBITA um 26,0 % auf – 158,6 Mio. €. Das Ergebniswachstum war auf die anhaltend starke Nachfrage im Bereich Urlaubserlebnisse zurückzuführen – und dies auch durch höhere Kapazitäten im Hotelsegment und bei den Kreuzfahrtschiffen, die wir durch die weitere Investition von Veräußerungserlösen in diese renditestärkeren Vermögenswerte ausgeweitet haben. Darüber hinaus trug ein gutes Ergebnis von Vertrieb & Marketing zur guten Entwicklung bei.
- Die wichtigsten Faktoren für die Verbesserung des bereinigten EBITA gegenüber dem Vorjahr sind in nachstehender Tabelle dargestellt.

### Ergebnisentwicklung H1 im Überblick

Mio. €

#### Bereinigtes EBITA H1 2017

Urlaubserlebnisse

Vertrieb & Marketing

Alle übrigen Segmente

Riu-Hotelverkäufe (Q1)

Auswirkungen der Niki-Insolvenz (Q1)

Ostereffekt

Wechselkurseffekt

#### Bereinigtes EBITA H1 2018

H1 2018

– 214

+ 28

+ 11

– 16

+ 38

– 20

+ 22

– 8

– 159

→ Weitere Erläuterungen zur Geschäftsentwicklung der Segmente finden sich auf den Seiten 7 bis 11

Folgende strategische Entwicklungen haben wir im H1 2018 eingeleitet:

- Durch die Übernahme der Sparte Destination Management von der Hotelbeds Group werden wir zum weltweit führenden Anbieter von Dienstleistungen am Urlaubsort. Der Erwerb wird für das H2 2018 erwartet und wird aus Veräußerungserlösen finanziert.
- Aufgrund der anhaltend starken Nachfrage bei TUI Cruises wird die Mein Schiff Herz (zuvor Mein Schiff 2) in der TUI Cruises-Flotte verbleiben. Marella Cruises erwirbt stattdessen die SkySea Golden Era von Royal Caribbean. Das Schiff wird als Marella Explorer 2 im Sommer 2019 in Dienst gestellt.
- Darüber hinaus wurde die Genehmigung für einen dritten Neubau der Hanseatic-Expeditionsklasse für Hapag-Lloyd Cruises erteilt. Die Planungen und Verhandlungen werden zeitnah aufgenommen mit dem Ziel, das Schiff in 2021 in Dienst zu stellen.

## Buchungsentwicklung

### URLAUBSERLEBNISSE

Unsere über 380 Hotels entwickeln sich weiterhin gut – unser starkes Zielgebietsportfolio, weitere Hoteleröffnungen sowie unser integriertes Geschäftsmodell tragen maßgeblich hierzu bei. Nach einer sehr starken Entwicklung in den letzten Jahren in Spanien und einer eher verhaltenen Nachfrage für die Türkei und Nordafrika verzeichnen wir Verlagerungen der Nachfrage nach Reisen in diese Destinationen und darüber hinaus eine hohe Nachfrage für Griechenland, wo wir mehr als 40 Konzern- und Konzepthotels haben. Weitere Zielgebiete wie die Karibik und die Kapverden werden ebenfalls weiterhin gut nachgefragt. Unsere Hotel- und Clubmarken werden mit fünf Eröffnungen im Sommer 2018 und weiteren Eröffnungen im Geschäftsjahr 2019 ihr Angebot ausweiten. Zugleich straffen wir unser bestehendes Portfolio durch die Veräußerung von drei Riu-Hotels im Q1 2018 und Neupositionierungen bestehender Hotels als TUI Blue und TUI Magic Life im Geschäftsjahr 2018. Der beliebte Robinson Club Jandia Playa auf Fuerteventura wird renoviert und wird daher im Geschäftsjahr 2018 überwiegend geschlossen sein.

Im Segment Kreuzfahrten ist für 2018, 2019, 2021 und 2023 die Inbetriebnahme neuer Schiffe für TUI Cruises, Marella Cruises und Hapag-Lloyd Cruises geplant. Die Nachfrage nach unseren Kreuzfahrten ist weiterhin groß. Alle drei Marken verzeichnen für die aktuell buchbaren Zeiträume Zuwächse gegenüber dem Vorjahr. Bei Marella wurde die Majesty im November 2017 außer Dienst gestellt, und die Spirit wird im November 2018 die Flotte verlassen. Ab dem Sommer 2019 werden alle Reisen bei Marella All inclusive-Kreuzfahrten sein.

Im Segment Zielgebietserlebnisse (ehemals Zielgebietservices) werden sich die Gästezahlen voraussichtlich analog zu unserem Vertrieb & Marketing-Geschäft entwickeln. Der Erwerb der Sparte Destination Management von der Hotelbeds Group wird für das H2 2018 erwartet. Durch den Zukauf wächst unsere globale Präsenz in den Destinationen um weitere 25 Länder.

### VERTRIEB & MARKETING

Das Winterprogramm 2017/18 schloss erwartungsgemäß gut. Die Umsätze lagen um 5 % über dem Vorjahresniveau und die Buchungszahlen stiegen um 3 %. Das Wachstum wurde durch Buchungen von Reisen nach Nordafrika, auf die Kapverden, nach Thailand und in die Türkei getrieben; die Nachfrage für Spanien blieb dabei stabil.

Auch die Buchungen für das Sommerprogramm 2018 verlaufen gut. Das Programm ist zu 59 % gebucht. Damit entspricht die Buchungsentwicklung dem Vorjahresstand. Nach einigen sehr starken Jahren bleibt Spanien weiterhin führend bei den Gästezahlen im Vertrieb & Marketing. Das Wachstum des Bereichs wird jedoch verstärkt von der Nachfrage nach Türkei-, Nordafrika- und Griechenland-Reisen getrieben. Auch bei weiteren kleineren Destinationen wie Bulgarien, Zypern und Kroatien verzeichnen wir Wachstum.

## Aktuelle Buchungsentwicklung Vertrieb & Marketing, Sommer 2018\*

Prozentuale Abweichung gegenüber Vorjahr	Gesamtumsatz	Gästezahl	Durchschnitts-reisepreis	Verkauftes Programm (%)
Region Nord	+4	+2	+2	60
Region Zentral	+11	+8	+3	60
Region West	+4	+3	+1	58
<b>Summe</b>	<b>+7</b>	<b>+5</b>	<b>+2</b>	<b>59</b>

\* Stand 29. April 2018 (auf Basis konstanter Wechselkurse). Die Kennzahlen umfassen sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und pro rata-Kapazitäten.

In der Region Nord verzeichnen die Nordischen Länder weiterhin starke Buchungszuwächse und einen Trend zu früheren Buchungen (aktuell +8%, wobei die Vorjahresvergleichszahlen in den kommenden Monaten höher liegen werden). Die Margen liegen über dem Vorjahresniveau. Dies ist auf die wachsende Nachfrage nach Reisen in die Türkei und nach Griechenland, die Einführung unseres Cyrus Yield Management-Systems sowie Maßnahmen zur Effizienzsteigerung zurückzuführen. In Großbritannien liegen die Buchungen bei einer stabilen Nachfrage um 1% über dem Vorjahresniveau. Die Margen normalisieren sich weiterhin infolge der Währungskosteninflation durch das schwächere Pfund. Großbritannien verzeichnet erwartungsgemäß eine wachsende Nachfrage nach Destinationen außerhalb der Eurozone wie der Türkei, Nordafrika, Bulgarien und Kroatien sowie eine kürzere durchschnittliche Reisedauer.

Innerhalb der Region Zentral verzeichnet Deutschland einen Buchungszuwachs um 4%. Dieses Wachstum ist auf einen signifikanten Anstieg der Buchungen von Reisen in die Türkei, nach Nordafrika und Griechenland sowie die anhaltend hohen Buchungsstände für das beliebte Reiseland Spanien zurückzuführen. Starke Urlaubsbuchungen im Mainstream-Bereich werden aktuell durch unter dem Vorjahresniveau liegende Buchungen bei einigen unserer Spezialmarken kompensiert. Wir erwarten jedoch, dass sich dieser Trend im Laufe des Sommers umkehrt. Trotz eines Flugkapazitätsausbaus nach der Insolvenz der Airlines Air Berlin/Niki und der daraus folgenden Anpassung der TUI Flugzeugflotte liegt die Auslastung über dem Vorjahresniveau. Dadurch begrenzen wir unser Risiko auf dem Markt für Kurzfristbuchungen. Die Buchungen und Umsätze in der Region Zentral spiegeln auch unsere Strategie zur Ausweitung unseres Marktanteils in Polen wider.

In der Region West verzeichnen Belgien und die Niederlande eine über dem Vorjahr liegende Buchungsentwicklung (insgesamt +6%). Die Wachstumsdestinationen entwickeln sich ähnlich wie in den übrigen Quellmärkten. Das Wachstum wird teilweise durch die Buchungsentwicklung in Frankreich kompensiert, wo die Buchungen aktuell vor allem aufgrund eines Absatzzrückgangs bei den Veranstalterreisen unter dem Vorjahresniveau liegen. Bei den zuvor unter der Marke Transat vertriebenen Reisen kam es im Zuge der Migration zu TUI zu Beeinträchtigungen beim Vertrieb durch Dritte. Schwerpunkte unserer Bemühungen bleiben die weitere Integration des Transat-Geschäfts und eine Verbesserung des Ergebnisses in Frankreich in diesem Jahr.

## Prognoseveränderungsbericht

- Wir bestätigen unsere im Geschäftsbericht 2017 gegebene Prognose.
- Wir setzen die von uns im Dezember 2017 beschriebene Wachstumsstrategie weiter fort: Neben Marktnachfrage, Digitalisierung und Investitionen tragen dazu auch die im H1 2018 angekündigten Maßnahmen zum Ausbau der Zielgebietserlebnisse und zum beschleunigten Wachstum im Segment Kreuzfahrten bei.
- Aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung im H1 2018 und der starken Buchungsentwicklung sind wir gut positioniert, um im Geschäftsjahr 2018 einen Zuwachs beim bereinigten EBITA von mindestens 10% zu erzielen.
- Wir arbeiten an der Realisierung unserer Ziele: eine starke strategische Positionierung des Konzerns, starkes Ergebniswachstum sowie eine hohe Cash-Generierung bei einer Verdopplung des bereinigten EBITA vom Geschäftsjahr 2014 bis zum Geschäftsjahr 2020.

## Erwartete Entwicklung von Umsatz, bereinigtem EBITA und Bereinigungen des Konzerns<sup>1</sup>

Mio. €	Erwartete Veränderungen gegenüber Vorjahr	
	2017	2018
Umsatz <sup>2</sup>	18.535	in etwa 3% Anstieg
Bereinigtes EBITA	1.102	mindestens 10% Anstieg
Bereinigungen	76	rund 80 Mio. € Kosten

<sup>1</sup> Veränderungen gegenüber Vorjahr in Prozent auf Basis konstanter Wechselkurse und der aktuellen Konzernstruktur und vor der Akquisition der Sparte Destination Management der Hotelbeds Group; die Prognose bezieht sich auf die fortzuführenden Geschäftsbereiche.

<sup>2</sup> Ohne Effekte aus der Währungskosteninflation.

## Kontakt für Analysten und Investoren

---

Peter Krüger  
Director of Investor Relations and M&A  
Tel.: +49 511 566-1440

### KONTAKT FÜR ANALYSTEN UND INVESTOREN IN UK, IRLAND UND AMERIKA

Sarah Coomes  
Head of Investor Relations  
Tel.: +44 1293 645-827

Hazel Chung  
Investor Relations Manager  
Tel.: +44 1293 645-823

### KONTAKT FÜR ANALYSTEN UND INVESTOREN IN KONTINENTALEUROPA, IM MITTLEREN OSTEN UND IN ASIEN

Nicola Gehrt  
Head of Investor Relations  
Tel.: +49 511 566-1435

Ina Klose  
Investor Relations Manager  
Tel.: +49 511 566-1318

Jessica Blinne  
Junior Investor Relations Manager  
Tel.: +49 511 566-1425

Die Präsentation und der Webcast zum H1 2018  
stehen unter folgendem Link zur Verfügung:  
[www.tuigroup.com/de-de/investoren](http://www.tuigroup.com/de-de/investoren).

## Finanzkalender

---

### 9. MAI 2018

*Halbjahresfinanzbericht 2018  
Capital Markets Day*

### 9. AUGUST 2018

*Zwischenmitteilung zum 3. Quartal 2018*

### 27. SEPTEMBER 2018

*Buchungsupdate*

### 13. DEZEMBER 2018

*Geschäftsbericht 2018*

### 12. FEBRUAR 2019

*Ordentliche Hauptversammlung 2019*