

TUI GROUP**Buchungsupdate zum 30. September 2015**

Im Vorfeld der Veröffentlichung des Geschäftsberichts zum 30. September 2015, am 10. Dezember 2015, gibt die TUI Group folgendes Update zu den aktuellen Buchungszahlen bekannt.

Die Vorstandsvorsitzenden der TUI Group, Friedrich Jousen und Peter Long, erläutern:

„Die Buchungszahlen für die Sommersaison 2015 sind seit unserem letzten Update weiterhin robust. Das Programm ist nun nahezu vollständig gebucht. Die Buchungseingänge und Durchschnittspreise liegen über dem Vorjahr. Die Buchungen für das Winterprogramm 2015/16 entsprechen unseren Erwartungen, und in Großbritannien verzeichnen wir einen guten Buchungsstart für die Sommersaison 2016. Unser Hotels & Resorts-Segment liefert erfreuliche Ergebnisse. Die Buchungseingänge für unsere Kreuzfahrten steigen weiterhin deutlich an; dies ist auf die Indienststellung der Mein Schiff 4 im Juni 2015 und die Buchungen für die Mein Schiff 5 für das kommende Jahr zurückzuführen. Unser Accommodation Wholesaler verzeichnet einen zweistelligen Anstieg des Transaktionsvolumens (TTV). Unterstützt durch die Robustheit unseres integrierten Geschäftsmodells liefert unsere Wachstumsstrategie gute Ergebnisse. Daher bleiben wir zuversichtlich, dass wir im Gesamtjahr bei unserem bereinigten operativen Ergebnis ein Plus von 12,5% bis 15% und in den nächsten drei Jahren einen durchschnittlichen jährlichen Zuwachs von mindestens 10%, jeweils auf Basis konstanter Wechselkurse, erreichen werden¹.“

Highlights**Weiterhin robuste Buchungsentwicklung für das Sommerprogramm 2015**

- Unser Quellmarktprogramm ist zu 96% gebucht; damit liegen die Buchungseingänge auf Vorjahresniveau.
- Gesamtanstieg der Buchungen um 1% und der Durchschnittspreise um 2%, mit besonders guter Entwicklung in Großbritannien.
- Buchungen über die von uns kontrollierten Vertriebskanäle machen zur Zeit 69% aus und liegen damit zwei Prozentpunkte über Vorjahr. Wir verzeichnen einen starken Zuwachs der Onlinebuchungen um 9% gegenüber Vorjahr; aktuell machen sie 39% aller Buchungen aus und liegen damit um drei Prozentpunkte über dem Vorjahr.

Buchungsentwicklung für das Winterprogramm 2015/16 entspricht unseren Erwartungen

- Buchungseingänge in unseren Quellmärkten liegen in dieser relativ frühen Phase auf Vorjahresniveau; bei den Durchschnittspreisen verzeichnen wir einen Zuwachs von 4%.
- Insbesondere die Buchungen in Großbritannien liegen um 8% höher als im Vorjahr, was vor allem auf das Wachstum auf der Langstrecke durch die Ausweitung unserer 787er-Flotte zurückzuführen ist.

Hotels & Resorts mit guten Ergebnissen

- Höheres bereinigtes EBITA für dieses Jahr erwartet, getrieben durch bessere Auslastung und Erträge und trotz der Auswirkungen der Ereignisse in Tunesien im Juni.

Starker Zuwachs der Buchungen im Kreuzfahrtsegment

- Starke Buchungseingänge für das Sommerprogramm 2015 aufgrund der Indienststellung der Mein Schiff 4 im Juni 2015 und der Buchungseingänge für die Mein Schiff 5 für das kommende Jahr.

Accommodation Wholesaler mit zweistelligem Zuwachs

- Unser marktführender Accommodation Wholesaler verzeichnet weiteres starkes Wachstum. Das Transaktionsvolumen (TTV) steigt um 25% in der Sommersaison 2015 und um 28% in der Wintersaison 2015/16.

Ausblick

- Aufgrund der aktuellen Buchungsentwicklung sind wir weiterhin zuversichtlich, dass wir im Gesamtjahr bei unserem bereinigten EBITA einen Zuwachs von 12,5% bis 15% und in den nächsten drei Jahren einen durchschnittlichen jährlichen Zuwachs von mindestens 10% erreichen werden, jeweils auf Basis konstanter Wechselkurse¹.

¹ Konstante Wechselkurse – d.h. für das bereinigte operative Ergebnis im aktuellen Geschäftsjahr und im Vorjahr werden konstante Fremdwährungsumrechnungskurse zugrunde gelegt.

AKTUELLE BUCHUNGSEINGÄNGE

Sommer 2015

In den Quellmärkten sind die Buchungseingänge für das Sommerprogramm 2015 weiterhin robust. Das Programm ist zu 96% gebucht. Insgesamt liegen die Buchungen um 1% über Vorjahr, die Durchschnittspreise sind um 2% gestiegen. Die Zahl der Gäste, die über die von uns kontrollierten Vertriebskanäle buchen, ist weiter angestiegen. Sie macht bei unserem Sommerprogramm zur Zeit 69% aus und liegt damit um zwei Prozentpunkte über Vorjahr. Onlinebuchungen sind um drei Prozentpunkte auf 39% aller Buchungen gestiegen.

Unser Hotels & Resorts-Geschäft spiegelt im Wesentlichen die Buchungsentwicklung in unseren Quellmärkten wider. Wir haben einen weiteren Buchungszuwachs bei unseren Zielgruppenhotels aus unseren Quellmärkten erzielt. Dies entspricht unserer Strategie, Synergieeffekte durch ein gemeinsames Auslastungsmanagement zu generieren.

Getrieben durch die Flottenexpansion mit guten Erträgen, liegen die Buchungseingänge bei TUI Cruises weiterhin erheblich über dem Vorjahr. Wir sind außerdem über den anhaltenden Turnaround von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten erfreut.

<u>Buchungsentwicklung¹</u>		<u>Sommer 2015</u>		
Veränd. %	Durchschnitts- reisepreis²	Gesamtumsatz²	Gästezahl²	Verkauftes Programm (%)
Region Nord	+2	+5	+3	97
UK	+1	+5	+4	96
Nordische Länder	+7	+2	-5	98
Region Zentral	+2	+3	Unverändert	95
Deutschland	+3	+4	+1	95
Region West	Unverändert	Unverändert	Unverändert	96
Benelux	Unverändert	+2	+3	96
Quellmärkte Gesamt	+2	+3	+1	96
Accommodation	+8	+25	+16	n.a.
Wholesaler³				

¹ Stand 13. September 2015 (auf Basis konstanter Wechselkurse)

² Diese Kennzahlen umfassen sämtliche Kunden, ungeachtet einer etwaigen Ausfallgefährdung

³ Umsatz bezieht sich auf das Gesamttransaktionsvolumen (TTV), Gästezahl bezieht sich auf Übernachtungen

Winter 2015/16

Die Buchungen der Quellmärkte entsprechen in dieser relativ frühen Phase des Buchungszyklus unseren Erwartungen. Die Buchungen liegen auf Vorjahresniveau, die Durchschnittspreise sind um 4% gestiegen.

In Großbritannien sind die Buchungseingänge um 8% gestiegen. Die Durchschnittspreise sind im Vorjahresvergleich um 1% zurückgegangen, dies spiegelt den erheblichen Rückgang der Kerosinkosten und die Folgen des schwächeren Euro für die Unterbringungskosten wider. Bislang ist unser Winterprogramm zu 32% gebucht. Wir haben unser Programm auf der Langstrecke erheblich ausgebaut, insbesondere durch Reisen nach Mexico, Jamaica und in die Dominikanische Republik. Insgesamt liegen die Buchungseingänge auf der Langstrecke aktuell um 12% über Vorjahresniveau. Onlinebuchungen machen 49% aller Buchungen aus und sind somit um zwei Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr angestiegen. Gemäß der Empfehlung des britischen Ministeriums für Auswärtige- und Commonwealth-Angelegenheiten

haben wir unser Programm nach Tunesien bis März 2016 eingestellt. Im vergangenen Jahr machte Tunesien etwa 3% unseres Volumens in Großbritannien aus.

In den Nordischen Ländern sind die Buchungen um 3% zurückgegangen. Dies spiegelt die Fortsetzung des Trends zu einem späteren Buchungsverhalten wider, der sich in diesem Sommer abgezeichnet hat. In den letzten Monaten sind die Volumina jedoch gegenüber Vorjahr gewachsen. Bislang ist das Winterprogramm zu 44% gebucht. Mit einem Anstieg von 7% entwickeln sich die Durchschnittspreise weiterhin gut. Die Margenentwicklung verbessert sich weiter gegenüber dem Vorjahr. Den Produktmix bei unserem Langstreckenprogramm haben wir verbessert; hier haben wir die Kapazitäten für Reisen nach Thailand reduziert und Reisen nach Mauritius sowie in die Karibik ausgebaut. Das Programm umfasst auch zusätzliche Riu-Hotels.

In Deutschland liegen die Buchungen um 5% unter Vorjahr, was vor allem auf das reduzierte Einzelplatzgeschäft zurückzuführen ist, da der Anteil von Pauschalreisen im Produktmix gesteigert werden soll. Der Buchungsstand spiegelt auch das Wettbewerbsumfeld bei der Airline-Kapazität wider. Bislang ist unser Winterprogramm zu 33% gebucht. Die Durchschnittspreise sind um 7% gestiegen, was den höheren Anteil von Fernreisen und den Anstieg der Unterbringungskosten widerspiegelt. Während die Langstrecke gute Ergebnisse erzielt, sind Mittelstreckendestinationen wie die Kanarischen Inseln infolge einer signifikanten Ausweitung der Kapazitäten weiterhin unter Druck.

Unser Accommodation Wholesaler-Geschäft erzielt einen weiteren Zuwachs um 28% im Transaktionsvolumen (TTV) und 15% bei den Übernachtungen, getrieben durch das Wachstum in Nord- und Südamerika, im Asiatisch-Pazifischen Raum und in Europa.

Sommer2016

Wir sind erfreut über den starken Buchungsstart in Großbritannien für das Sommerprogramm 2016. Die Buchungen liegen um 8% über Vorjahr. Die Durchschnittspreise sind überwiegend unverändert und spiegeln die Entwicklung der Inputkosten wider. Wir haben mit dem Roll-Out unserer internationalen Konzepte, inklusive Thomson Family Life und Thomson Sensimar, begonnen. Wir haben zudem zwei neue Sensori Resorts in der Dominikanischen Republik und auf Rhodos eröffnet. Darüber hinaus hat Thomson Cruises die Markteinführung der Discovery (vorher: Splendour of the Seas) bekannt gegeben.

WEITERE AKTUELLE ENTWICKLUNGEN

Im August 2015 bestätigte Moody's Investors Service das „Ba3“-Unternehmensrating der TUI Group und hob den Ausblick von „neutral“ auf „positiv“ an. Diese Verbesserung spiegelt den Abbau der Verschuldung wider, nachdem die Ratingagentur ihre Methodik für die Bewertung von operativen Leasingverträgen angepasst hatte. Positiv wirkte darüber hinaus die verbesserte operative Entwicklung der TUI Group trotz höherer Sicherheitsrisiken in Tunesien und der Volatilität in Griechenland.

Der Aufsichtsrat der TUI AG hat in seiner Sitzung am 23. September 2015 über die Zusammensetzung des Aufsichtsrats für die Zeit nach der Hauptversammlung 2016 beraten und über wichtige Empfehlungen an die Aktionäre für die künftige Führungsstruktur des Aufsichtsrats entschieden. Die Mitteilung mit weiteren Details wurde auf unserer Internetseite veröffentlicht (www.tuigroup.com/de-de/investoren/news).

TREIBSTOFF/FREMDWÄHRUNGEN

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 geplanten Bedarfe an den Währungen Euro und US-Dollar sowie an Kerosin, die aktuell in unseren ehemaligen TUI Travel-Gesellschaften abgesichert sind.

	Sommer 2015	Winter 2015/16	Sommer 2016
Euro	96%	89%	67%
US Dollar	95%	85%	60%
Kerosin	93%	91%	71%

Stand: 18. September 2015

Auf der Grundlage aktueller Wechselkurse erwarten wir einen positiven Effekt von mindestens 60 Mio. € aus der Fremdwährungsumrechnung für das bereinigte EBITA für das Gesamtjahr. Dies ist vor allem auf die Umrechnung der in der Hauptsaison erzielten Gewinne aus Geschäften in Pfund und US-Dollar zurückzuführen.

AUSBLICK

Seit unserem letzten Update sind die Buchungseingänge für das Sommergeschäft 2015 weiterhin robust geblieben. Besonders erfreulich ist die starke Performance in Großbritannien und die anhaltende Verbesserung der Margen in den Nordischen Ländern. Die Buchungsentwicklung für das Winterprogramm 2015/16 entspricht unseren Erwartungen. In Großbritannien verzeichnen wir einen erfreulichen Buchungsstart für das Sommerprogramm 2016. Unsere Wachstumsstrategie, wie im Mai 2015 bekannt gegeben, erzielt Ergebnisse, unterstützt durch die Robustheit unseres integrierten Geschäftsmodells. Auf der Grundlage aktueller Buchungseingänge bleiben wir zuversichtlich, für das laufende Geschäftsjahr einen Anstieg bei unserem bereinigten operativen Ergebnis von 12,5% bis 15% und in den nächsten drei Jahren ein durchschnittliches jährliches Wachstum des bereinigten EBITA von mindestens 10% zu erreichen¹.

GESCHÄFTSBERICHT 2014/15

Die TUI Group wird am Donnerstag, 10. Dezember 2015, ihren Geschäftsbericht für das Geschäftsjahr 2014/15 veröffentlichen und eine Präsentation für Investoren und Analysten abhalten. Weitere Einzelheiten werden rechtzeitig bekanntgegeben.

ANFRAGEN VON ANALYSTEN & INVESTOREN

Andy Long, Director of Investor Relations

Tel: +44 (0)1293 645 831

Ansprechpartner für Analysten und Investoren in Großbritannien, Irland sowie Nord- und Südamerika

Sarah Coomes, Head of Investor Relations

Tel: +44 (0)1293 645 827

Jacqui Smith, PA Andy Long

Tel: +44 (0)1293 645 831

Ansprechpartner für Analysten und Investoren in Kontinentaleuropa, im Nahen Osten und in 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