

TUI Group: Hotels & Resorts mit starker Ergebnisentwicklung, Kreuzfahrten auch 2019 auf Wachstumskurs / 737 MAX Flugverbot und Buchungszurückhaltung belasten wie erwartet das Veranstalter- und Fluggeschäft im 3. Quartal 2019 / Stabile und beständige operative Entwicklung im 3. Quartal zeigt Robustheit des integrierten Geschäftsmodells

- **Bereinigtes EBITA im 3. Quartal 2019 wegen Flugverbot 737 MAX (Auswirkung: 144 Millionen Euro) unter Vorjahr: 100,9 Millionen Euro (Q3 2018: 186,8 Millionen Euro)**
- **Konzernumsatz steigt im Berichtszeitraum um 3,7 Prozent gegenüber Vorjahr**
- **Wettbewerbsfähigkeit durch stärkere Integration der Märkte: Effizienzsteigerung und Kostenreduzierung bei TUI-Reiseveranstaltern wird beschleunigt**
- **Ausblick Gesamtjahr 2019 bestätigt**
- **Vorstandsvorsitzender Fritz Jossen: „Die digitale Transformation setzen wir konsequent fort und bauen TUI zum globalen Plattform-Unternehmen um. Die Stärke und Internationalität der Marke und der direkte Zugang zu heute schon mehr als 21 Millionen Kunden bieten großes Potenzial.“**

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 4
30625 Hannover

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com

Hannover, 13. August 2019. „Trotz des in 2019 bislang anspruchsvollen Marktumfeldes bleibt unser operatives Geschäft robust. Wir erwarten für das Gesamtjahr 2019 eine solide Entwicklung, das Ergebnis wird aber durch das Flugverbot für die 737 MAX wie erwartet nicht an das Ergebnis des Vorjahres anknüpfen. Hotels & Resorts profitieren von unserem vielseitigen Portfolio und der Bereich Kreuzfahrten wächst weiter stark. Die Abhängigkeit von den klassischen Reiseveranstaltern ist inzwischen deutlich niedriger als noch vor fünf Jahren. Der Umbau geht weiter. Das Veranstalter-Geschäft in den europäischen Quellmärkten wird schneller und effektiver zusammengeführt. Die digitale Transformation setzen wir konsequent fort und entwickeln TUI zu einem globalen Plattform-Unternehmen. Die Stärke und Internationalität der Marke und der direkte Zugang zu heute schon mehr als 21 Millionen Kunden bieten großes Potenzial für die Zukunft“, sagte TUI-Vorstandsvorsitzender Fritz Jossen bei der Vorstellung der Ergebnisse zum 3. Quartal 2019.

Im Berichtszeitraum verzeichnete die TUI Group ein Umsatzwachstum um 3,7 Prozent auf 4,745 Milliarden Euro (Vorjahr: 4,576 Milliarden Euro). Auf Basis konstanter Wechselkurse ergibt sich ein Anstieg des Umsatzes um 4,4 Prozent auf 4,777 Milliarden Euro. Das bereinigte EBITA lag mit 100,9 Millionen Euro insbesondere durch das Flugverbot der 737 MAX in Höhe

von 144 Millionen Euro um 46,0 Prozent unter dem Vorjahr (186,8 Millionen Euro). Auf Basis konstanter Wechselkurse ergibt sich ein Minus um 49,2 Prozent auf 98,9 Millionen Euro (3. Quartal 2018: 194,6 Millionen Euro).

Das Segment der Urlaubserlebnisse mit Hotels, Kreuzfahrten und den Aktivitäten in den Zielgebieten verbesserte im Berichtszeitraum das bereinigte Ergebnis um 16,7 Prozent auf 208,3 Millionen Euro (Vorjahr: 178,5 Millionen Euro).

Wie erwartet und früh im Jahr angekündigt, hatte das seit März bestehende Flugverbot der 737 MAX deutliche Auswirkungen auf das Ergebnis im Segment Märkte & Airlines, da die TUI unter anderem Ersatzkapazitäten für die ausgefallenen Maschinen bis zum Ende der Sommersaison bereitgestellt hat. Die Kosten im Zusammenhang mit dem Flugverbot hat der Konzern für das gesamte Geschäftsjahr 2019 mit bis zu 300 Millionen Euro beziffert. Darüber hinaus haben sich die Buchungszurückhaltung aufgrund der Hitzewelle des Vorjahres, die anhaltende Brexit-Unsicherheit sowie deutliche Überkapazitäten im Flugangebot nach Spanien auch im 3. Geschäftsquartal fortgesetzt. Das bereinigte Ergebnis lag im Berichtszeitraum mit -103,9 Millionen Euro insbesondere durch die Aufwendungen durch das Flugverbot in Höhe von 144 Millionen Euro unter dem positiven Vergleichswert des Vorjahres (3. Quartal 2018: +37,2 Millionen Euro).

Der Konzern bestätigt den Ausblick für das Gesamtjahr 2019: Das bereinigte Ergebnis wird wie am 29. März 2019 angekündigt ungefähr um bis zu 26 Prozent unter dem rebasierten bereinigten EBITA des Vorjahres in Höhe von 1,177 Milliarden Euro¹ liegen.

Tempo für Umbau der Reiseveranstalter wird erhöht - TUI wird globales Plattform-Unternehmen

Trotz der aktuellen Herausforderungen und der Volatilität des Veranstaltergeschäfts ist die TUI kerngesund. Sie ist international Marktführer und gut positioniert für eine mögliche Marktkonsolidierung in der Branche. Nach dem Konzernumbau seit 2013 trägt das Geschäftsfeld Märkte & Airlines (Reiseveranstalter) noch rund 30 Prozent zum Ergebnis der TUI bei, während inzwischen rund 70 Prozent aus den Urlaubserlebnissen (Hotels, Kreuzfahrten, Ausflüge & Aktivitäten) stammen. Die traditionellen Veranstalter sind der direkte Zugang zum Kunden in unseren europäischen Quellmärkten. „Wir wollen die Wettbewerbsfähigkeit auch hier weiter stärken, indem wir das Veranstaltergeschäft stark vereinheitlichen, schneller umbauen und damit effizienter und profitabler machen“, sagte

¹ Rebasierend im Dezember 2018 auf 1,187 Mrd. Euro, um einen negativen Effekt aus der Neubewertung von auf Euro lautenden Darlehen türkischer Hoteleinheiten in Höhe von 40 Mio. Euro, und erneut aufgrund der rückwirkenden Anwendung von IFRS 15 auf 1,177 Mrd. Euro.

Jousen. In den kommenden 18 bis 24 Monaten sollen die europäischen Quellmärkte enger zusammen gerückt sein. Gleichzeitig treibt TUI die Digitalisierung des Konzerns voran und investiert in moderne Technologien und eine einheitliche Kundenplattform (CRM). Die nächste Phase des Wandels ist eingeleitet, die TUI wird zu einem globalen Plattform Unternehmen. Mit der italienischen Technologieplattform Musement soll das Geschäft mit Aktivitäten und Ausflügen in den Destinationen signifikant ausgebaut werden. Im März 2019 hatten die TUI und Ctrip eine bedeutende Kooperation vereinbart. Die rund 200 Millionen Nutzer des führenden chinesischen Online-Reiseanbieters erhalten direkten Zugriff auf das Angebot von Musement. Darüber hinaus beschleunigt der Konzern das Strategieprogramm „TUI 2022“. Über die globale Expansion der Marke TUI werden neue Märkte erschlossen, insbesondere in aufstrebenden Ländern mit wachsenden Mittelschichten wie China, Indien, Brasilien und Malaysia. Erst kürzlich wurde eine weitere Partnerschaft in Südost-Asien vereinbart: TUI ist der Partner für Malaysia Airlines beim Aufbau ihres Geschäftsfeldes MHHolidays. Die TUI erschließt solche Zukunftsmärkte vollständig digital über eine innovative und global skalierende Vertriebs- und Marketingplattform, die auf der hochmodernen IT-Infrastruktur der TUI basiert.

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 4
30625 Hannover

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com

Übersicht der Segmente

Hotels & Resorts: Erneut starke Entwicklung aufgrund des vielseitigen Hotel Portfolios, höhere Durchschnittspreise pro Bett

Hotels & Resorts hat das operative Ergebnis im 3. Quartal 2019 deutlich gesteigert. Während die durchschnittliche Auslastung mit 80 Prozent auf einem hohen Niveau lag, stiegen die Durchschnittspreise auch aufgrund der Verlagerung der Nachfrage vom westlichen ins östliche Mittelmeer. Im Berichtsquartal hat die TUI neue Hotels in der Karibik, in Italien, im östlichen Mittelmeer, in Nordafrika, auf den Malediven und in Bulgarien eröffnet. Seit dem Zusammenschluss sind 67 neue Häuser zum Portfolio hinzugekommen.

- Bereinigtes EBITA: +26,4 Prozent auf 91,5 Millionen Euro (Vorjahr: 72,4 Millionen Euro)
- Bereinigtes EBITA auf Basis konstanter Wechselkurse: +12,2 Prozent auf 90,0 Millionen Euro (Vorjahr: 72,4 Millionen Euro)
- Durchschnittspreis pro Bett: +5,4 Prozent auf 60 Euro
- Durchschnittliche Auslastung: -0,4 Prozentpunkte auf 79,8 Prozent

Kreuzfahrten: Alle drei Marken setzen Wachstum fort

Im 3. Quartal des Geschäftsjahres haben alle drei Kreuzfahrtmarken des Konzerns den Wachstumskurs fortgesetzt und das operative Ergebnis deutlich verbessert. Mit der

Indienststellung der HANSEATIC nature und der Marella Explorer 2 im Mai 2019 ist die Kreuzfahrtsflotte der TUI auf insgesamt 17 Schiffe gewachsen.

- Bereinigtes EBITA: +14,4 Prozent auf 101,5 Millionen Euro (Vorjahr: 88,7 Millionen Euro)
- Bereinigtes EBITA auf Basis konstanter Wechselkurse: +14,5 Prozent auf 101,6 Millionen Euro (Vorjahr: 88,7 Millionen Euro)

- Durchschnittliche Rate pro Tag und Passagier:

TUI Cruises:	190 Euro (Vorjahr: 200 Euro)
Marella Cruises:	144 GBP (Vorjahr: 138 GBP)
Hapag-Lloyd Cruises:	584 Euro (Vorjahr: 571 Euro)

- Durchschnittliche Auslastung:

TUI Cruises:	99,5 Prozent (Vorjahr: 98,8 Prozent)
Marella Cruises:	98,5 Prozent (Vorjahr: 100,3 Prozent)
Hapag-Lloyd Cruises:	74,7 Prozent (Vorjahr: 75,6 Prozent)

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 4
30625 Hannover

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com

Destination Experiences: Verkaufte Ausflüge und Aktivitäten nahezu verdoppelt

Das Segment TUI Destination Experiences (Aktivitäten und Ausflüge in den Zielgebieten) ist ein Wachstumsfeld und wird strategisch ausgebaut, unter anderem auch durch die Zukäufe von Musement und Destination Management in 2018. Die Anzahl der verkauften Aktivitäten und Ausflüge wurde im Berichtszeitraum auf 2,3 Millionen fast verdoppelt (+92 Prozent). Das bereinigte Ergebnis lag aufgrund von Kosten für die Integration von Musement unter Vorjahr. Ohne die Integrationskosten lag das Ergebnis um drei Prozent über dem Vorjahreswert.

- Bereinigtes EBITA: -12,1 Prozent auf 15,3 Millionen Euro (Vorjahr: 17,4 Millionen Euro)

Märkte und Airlines: Marktumfeld weiter herausfordernd, Gästezahlen und Umsatz gestiegen

Trotz des weiterhin sehr herausfordernden Marktumfeldes konnte der Bereich der Märkte & Airlines (Reiseveranstalter) des Konzerns im Berichtszeitraum die Gästezahlen auf 6,028 Millionen (Vorjahr: 6,024 Millionen) steigern, der Umsatz lag mit 4,00 Milliarden Euro um 0,4 Prozent ebenfalls über dem Vorjahr (3,99 Milliarden Euro).

- Bereinigtes EBITA: -103,9 Millionen Euro (Vorjahr: +37,2 Millionen Euro)

Sommer 2019: Buchungsstand verbessert, Durchschnittspreise +1 Prozent

Die Buchungen für den aktuellen Sommer 2019 (Stand: 4. August 2019) liegen zwar um ein Prozent unter Vorjahr, allerdings mit einer Verbesserung gegenüber dem Buchungsstand zum Halbjahr (-3 Prozent). Die Durchschnittspreise weisen ein Plus von einem Prozent auf. Wir erwarten, dass sich dieser positive Trend fortsetzt, da zu diesem Zeitpunkt im Vorjahr die Hitzewelle weiter anhielt.

Über die TUI Group

Die TUI Group ist der weltweit führende Touristikkonzern und in rund 180 Zielgebieten der Erde aktiv. Sitz des Konzerns ist Deutschland. Die Aktie der TUI notiert im FTSE 100, dem Leitindex der Londoner Wertpapierbörse, sowie im Freiverkehr in Deutschland. Die TUI Group verzeichnete im Geschäftsjahr 2018 einen Umsatz von 18,5 Milliarden Euro und ein operatives Ergebnis von 1,177 Milliarden Euro. Der Konzern beschäftigt rund 70.000 Mitarbeiter in über 100 Ländern. TUI bietet für seine rund 27 Millionen Kunden, davon 21 Millionen in den europäischen Landesgesellschaften, Services aus einer Hand. Die gesamte touristische Wertschöpfungskette findet sich unter dem Dach des Konzerns wieder. Dazu gehören über 380 Hotels und Resorts mit Premium-Marken wie RIU und Robinson und 17 Kreuzfahrtschiffe, von der MS Europa und der MS Europa 2 in der Luxusklasse bis zur "Mein Schiff"-Flotte der TUI Cruises und Kreuzfahrtschiffen bei Marella Cruises in England. Zum Konzern gehören darüber hinaus international führende Veranstaltermarken, 1.600 Reisebüros in Europa sowie fünf europäische Veranstalter-Fluggesellschaften mit rund 150 modernen Mittel- und Langstrecken-Flugzeugen.

Die globale Verantwortung für nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln ist Kern unserer Unternehmenskultur. Die 2015 von TUI gegründete TUI Care Foundation setzt auf die positiven Effekte des Tourismus, auf Bildung und Ausbildung sowie die Stärkung von Umwelt- und Sozial-Standards. Sie unterstützt so Urlaubsdestinationen in ihrer Entwicklung. Die TUI Care Foundation ist heute in mehr als 20 Ländern der Welt tätig und initiiert Projekte, die neue Chancen für die kommende Generation schaffen.

**TUI Group
Group Corporate & External Affairs**

Kuzey Alexander Esener
Leiter Presse
Konzernkommunikation
Tel. +49 (0) 511 566 6024
kuzey.esener@tui.com

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 4
30625 Hannover

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com