

TUI nimmt als erster Veranstalter Urlaubsreisen wieder auf

Hannover, 16. Juni 2020. Infolge der Lockerung der Reisebeschränkungen in Europa kann die TUI das Sommerprogramm 2020 teilweise wiederaufnehmen. Die europäischen Märkte des Konzerns, darunter Deutschland, Belgien, die Niederlande und die Schweiz, nehmen ab Mitte Juni bzw. Anfang Juli den Teilbetrieb in eine begrenzte Anzahl von Destinationen wieder auf. Die übrigen Märkte wie Großbritannien und die Nordischen Länder sollen im Laufe des Sommers folgen. Zusammen mit den Partnern in den Destinationen ist TUI für einen verantwortungsvollen und sicheren Neustart touristischer Aktivitäten gut aufgestellt.

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

Wiederaufnahme des Sommerprogramms 2020

Nach der erfolgreichen Wiedereröffnung der eigenen Hotels in Deutschland und Österreich in den vergangenen zwei Wochen nimmt TUI ab Mitte Juni bzw. Anfang Juli schrittweise den Flugbetrieb aus Deutschland, der Schweiz und den Benelux-Ländern wieder auf. Das integrierte Geschäftsmodell ermöglicht eine zügige Wiederaufnahme der Reiseaktivität. Am Montag startete TUI mit zwei ausgebuchten Flügen von Deutschland nach Mallorca in die Sommersaison. In den kommenden Tagen folgen weitere 20 Flüge. Als zweite Destination ist Faro vorgesehen. Die TUI plant ab Juli eine Reihe weiterer Destinationen anzubieten, darunter Spanien, Griechenland, Zypern, Italien, Kroatien, Bulgarien, Portugal, Österreich, Deutschland und die Schweiz.

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

Auf Basis der geplanten Starttermine werden im 4. Quartal 2020 voraussichtlich etwa 30% der ursprünglichen Kapazitäten angeboten. Der Vorstand der TUI Group und das operative Management prüfen dabei fortlaufend die bestehenden Reise- und Sicherheitsrichtlinien. Die Kapazitäten werden daher entsprechend der Kundennachfrage und in Übereinstimmung mit den Vorgaben und behördlichen Anforderungen in den Märkten und Destinationen gesteuert.

Ab Anfang Juli plant die TUI etwa 50% der Konzernhotels wieder zu eröffnen. Im Zuge weiterer Lockerungen der Reisebeschränkungen während des Sommers könnte dieser Anteil entsprechend weiter steigen. Der Fokus liegt dabei auf den Vorteilen der vertikalen Integration. Über den eigenen Vertrieb steuert der Konzern Buchungen in die eigenen Hotels sowie kommittierte Dritthotels.

Nach der Umsetzung umfassender Gesundheits- und Sicherheitsmaßnahmen an Bord der Schiffe ist es geplant auch das Kreuzfahrtgeschäft schrittweise wiederaufzunehmen. TUI Cruises plant den Betrieb mit kurzen drei- bis vier-tägigen Kurzkreuzfahrten noch diesen Sommer wiederaufzunehmen. Diese „Blue Cruises“ in der Nord- und Ostsee, mit reduzierter Kapazität, bieten eine attraktive Alternative für einen Sommerurlaub in Deutschland. In Abhängigkeit von der Öffnung weiterer Häfen, plant TUI Cruises in einem nächsten Schritt zusätzlich längere Routen anzubieten. Auch Hapag-Lloyd Cruises plant die Wiederaufnahme des Betriebs im Sommer. Ebenfalls plant Marella Cruises im Laufe des Sommers im Zuge der Lockerungen der Vorgaben in Großbritannien den Betrieb wiederaufzunehmen.

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

Buchungsentwicklung¹

Das Sommerprogramm ist aktuell etwa zu 25% gebucht. Die Durchschnittspreise sind um 14% gestiegen, dies unterstützt die Wiederaufnahme der Geschäftstätigkeit.

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

Seit Mitte März das Reiseprogramm ausgesetzt werden musste, zeigen Online-Umfragen, dass die Kunden weiterhin großen Wert auf Urlaubsreisen legen. Kunden buchen außerdem bereits für künftige Saisons. Nach der jüngsten Lockerung der Reisebeschränkungen in Europa stiegen die Buchungen² für das Sommerprogramm in der vergangenen Woche spürbar an. Insbesondere Deutschland und Belgien verzeichnen eine deutliche Erholung gegenüber der Vorwoche.

Zugleich liegen die Buchungen für das Winterprogramm 2020/21 in Großbritannien um 6% über dem Vorjahr, während die Durchschnittspreise um 5% gestiegen sind. Allerdings befindet sich der Konzern noch in einer frühen Phase des Buchungszyklus. Die Aussichten für das Sommerprogramm 2021 sind weiterhin vielversprechend.

Der Konzern geht davon aus, dass die teilweise Wiederaufnahme des Geschäftsbetriebs zu einem sofortigen Zufluss an Working Capital führt und es möglich sein sollte, das

¹ Stand: 7. Juni 2020 (auf Basis konstanter Wechselkurse). Die Kennzahlen umfassen sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten

² Netto-Buchungen ohne Stornierungen

Reisegeschäft mit einem positiven Beitrag zu den zahlungswirksamen Fixkosten wiederaufzunehmen.

Weitere Märkte und Destinationen werden im Zuge der Aufhebung staatlicher Beschränkungen in Europa bzw. weltweit wieder eröffnet. Im Laufe des Sommers werden Analysen mit unterschiedlichen Nachfrageszenarien für diese und die nächsten Saisons fortgesetzt. Das nächste Update ist für den 13. August geplant, dann werden die Q3-Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2020 vorgelegt.

Die Sicherheit, die Gesundheit und das Wohlergehen der Gäste und Mitarbeiter haben weiterhin höchste Priorität. Die TUI arbeitet eng mit den Behörden in den Märkten und Destinationen zusammen, damit sichere Urlaubsreisen ermöglicht werden können, denn bei der Sicherheit der Gäste und Mitarbeiter macht der Konzern keine Abstriche. Bei jedem Leistungsbestandteil der Reise ermöglicht TUI ein sicheres Urlaubserlebnis und zugleich einen möglichst erholsamen Urlaub für die Gäste.

Hier einige Beispiele für die Sicherheitsmaßnahmen, entlang der gesamten Wertschöpfungskette:

Flüge

- Gestaffelter Einstieg in kleinen Gruppen
- Fluggäste und Flugbegleiter müssen an Bord unserer Maschinen eine Mund Nasen-Bedeckung tragen
- Mahlzeiten und Getränke können optional vorbestellt werden
- Bargeldloses Bezahlen an Bord während der Flüge
- Außerdem sind die Kabinen der modernen Flotte bereits mit HEPA (High Efficiency Particulate Air)-Filtersystemen ausgestattet. Die vertikale Luftströmung bietet während des Flugs Frischluftqualität.

Hotels & Resorts

Umsetzung eines 10-Punkte-Plans für den Betrieb der eigenen Hotels und Partner-Hotels, darunter:

- Verschärfte Hygiene- und Reinigungsstandards in allen Hotels, entsprechende Schulung der Mitarbeiter durch unabhängige Prüfer

- In einigen Ländern lassen lokale Regelungen Selbstbedienungsbuffets für bestimmte Artikel (z.B. abgepackte Speisen und Getränke) zu
- Vorrangig soll das Sitzplatzangebot unter freiem Himmel ausgebaut werden
- Alternative Unterhaltungs- und Sportangebote, die engen Kontakt vermeiden

Kreuzfahrten

- Erhöhte Hygienemaßnahmen an Bord
- Fragebögen zum Gesundheitsstatus, Screening vor dem Einstieg (sowohl für Mitarbeiter als auch für Gäste, z.B. Temperaturmessungen, gestaffelter Einstieg)
- Jeweils maximal zehn Kinder in den Kids' Clubs
- Begrenzte Gästezahl in den Theatern, Spa- und Fitnessbereichen
- Keine Selbstbedienungsrestaurants

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

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

Zielgebietserlebnisse

- Digitale Updates für die Gäste, um eine reibungslose Ankunft, Begrüßung und Gästeinformation zu gewährleisten
- Erhöhte Hygienemaßnahmen an Bord der Transferbusse und Ausweitung des Angebots an privaten Transfers
- Ausbau des Angebots an Aktivitäten im Freien, in kleineren Gruppen sowie privaten Touren
- Rund-um-die Uhr (24/7)-Support durch das Kontaktzentrum über SMS, E-Mail oder die TUI-App verfügbar. Hier erhalten die Gäste gezielte Ratschläge zu Destinationen einschließlich lokaler medizinischer Richtlinien

Über die TUI Group

Die TUI Group ist der weltweit führende Touristikkonzern und in mehr als 100 Ländern der Erde aktiv. Sitz des Konzerns ist Deutschland. Die Aktie der TUI notiert im FTSE 250, dem Leitindex der Londoner Wertpapierbörse, sowie im Freiverkehr in Deutschland.

Die TUI Group verzeichnete im Geschäftsjahr 2019 einen Umsatz von rund 19 Milliarden Euro und ein operatives Ergebnis von 893 Millionen Euro. Der Konzern beschäftigt weltweit mehr als 70.000 Mitarbeiter. TUI bietet für seine 28 Millionen Kunden, davon 21 Millionen in den europäischen Landesgesellschaften, integrierte Services aus einer Hand und bildet die gesamte touristische Wertschöpfungskette unter einem Dach ab. Dazu gehören über 400 Hotels und Resorts mit Premium-Marken wie RIU, TUI Blue und Robinson und 18 Kreuzfahrtschiffe, von der MS Europa und der MS Europa 2 in der Luxusklasse und Expeditionsschiffen bis zur Mein Schiff-Flotte der TUI Cruises und Kreuzfahrtschiffen bei Marella Cruises in England. Zum Konzern zählen außerdem europaweit führende Veranstaltermarken, fünf Fluggesellschaften mit 150 modernen Mittel- und Langstrecken-Flugzeugen und 1.600 Reisebüros. Neben dem Ausbau des Kerngeschäfts mit Hotels, Kreuzfahrten und Aktivitäten in den Urlaubsdestinationen investiert die TUI verstärkt in digitale Plattformen. Der Konzern wandelt sich zu einem Digitalunternehmen.

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

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

Die globale Verantwortung für nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln ist Kern unserer Unternehmenskultur. Die von TUI initiierte TUI Care Foundation setzt mit Projekten in 25 Ländern 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 weltweit tätige TUI Care Foundation initiiert Projekte, die neue Chancen für die kommende Generation schaffen.

**TUI Group
Group Corporate & External Affairs**

Kuzey Alexander Esener
Head of Media Relations
Konzernkommunikation
Tel. +49 (0) 511 566 6024
kuzey.esener@tui.com