

TUI Group Jahresbilanz: Erfolgreicher Neustart im Sommer und nahezu vollständig gebuchtes erstes Winter-Quartal 2022 / 5,4 Millionen Gäste im Gesamtjahr 2021 und bereits 4,1 Millionen Buchungen für das laufende Geschäftsjahr 2022 / Trend zu höherwertigen Reisen lässt Durchschnittspreise und Erlöse deutlich steigen / 1,4 Milliarden Euro Cashflow im 4. Geschäftsquartal 2021 - zweites Quartal in Folge positiv

- **Ertragsstarke Konzerneinheit TUI Hotels & Resorts sowie TUI Reiseveranstalter in den Regionen Zentral (Deutschland, Österreich, Schweiz, Polen) und West (Belgien, Niederlande, Frankreich) erstmals seit Beginn der Pandemie mit positivem Quartalsergebnis**
- **Bereinigtes Konzern-EBIT im 4. Geschäftsquartal nahezu Break-even auf Basis reduzierter Kapazitäten**
- **Deutlich stärkerer Mittelzufluss: Cashflow vor Finanzierungstätigkeit von Juli bis September mit 1,4 Milliarden Euro das zweite Quartal in Folge positiv**
- **1. Quartal 2022 mit 93 Prozent des Programms fast vollständig gebucht – aktuell 69 Prozent der Kapazitäten des Vorkrisenniveaus erreicht (Q1 2019)**
- **Erfolgreiche Transformation: Globales Effizienzprogramm zeigt Wirkung – rund 60 Prozent der ab 2023 angekündigten jährlichen Kosteneinsparungen von 400 Millionen Euro bereits in 2021 realisiert**
- **CEO Jousen: „Wir hatten nach dem Neustart eine erfolgreiche Sommersaison. Die übergeordneten Trends sind intakt. Das operative Geschäft der TUI ist zurück und hat sich im letzten Geschäftsquartal 2021 deutlich erholt. Das erste Geschäftsquartal 2022 ist mit 93 Prozent bereits nahezu vollständig gebucht. Damit erreichen wir im aktuellen Quartal derzeit 69 Prozent des Vorkrisenniveaus. Wir erwarten für den Sommer 2022 und die Hauptreisezeit die Rückkehr zu einem Buchungsniveau in etwa wie vor Corona 2019.“**

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

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

Hannover, 8. Dezember 2021. Die TUI hat mit einem nahezu ausgeglichenen vierten Geschäftsquartal 2021 einen weiteren Schritt aus der Krise getan. Durch die erfolgreiche Wiederaufnahme des touristischen Geschäfts hat die TUI im 4. Quartal 2021 beim bereinigten EBIT mit -97 Millionen Euro nahezu den Break-even erreicht. Die für den Konzern wichtige und ertragsstarke Sparte TUI Hotels & Resorts sowie die TUI Reiseveranstalter in den Regionen Zentral und West berichteten das erste Mal seit Pandemiebeginn wieder positive bereinigte Quartalsergebnisse. Auch der Cashflow vor Finanzierungstätigkeit war das zweite Quartal in Folge positiv. Fritz Jousen, Vorstandsvorsitzender der TUI Group: „Das operative Geschäft ist zurück. Wir erzielen deutliche Mittelzuflüsse und erreichen in vielen Märkten und mit unseren Hotels und TUI-Hotelmarken wieder positive Ergebnisse. Das erste Geschäftsquartal 2022 ist schon heute nahezu vollständig gebucht. Damit erreichen wir derzeit 69 Prozent des Vorkrisenniveaus. Wir gehen davon aus, dass der Sommer 2022 ein weitgehend normalisiertes Buchungsniveau erreichen wird. Auch strukturell haben wir unsere Hausaufgaben gemacht. Die Transformation des Konzerns und das globale Effizienzprogramm kommen sehr gut voran. Wir haben bereits rund 60 Prozent der für 2023 angekündigten jährlichen Kosteneinsparungen in Höhe von 400 Millionen Euro in 2021 realisiert. Darüber hinaus haben wir mit erfolgreichen Refinanzierungsmaßnahmen unsere Verschuldung verringert, die Bilanz gestärkt und haben eine sehr solide Liquidität. Ich danke unseren Gästen für ihr Vertrauen, allen Kolleginnen und Kollegen für ihren Einsatz und unseren Partnern in den Märkten und Destinationen für die engagierte Unterstützung beim erfolgreichen Neustart des Tourismus in 2021.“

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

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

4. Quartal 2021: Bereinigtes EBIT nahezu Break-even - Ertragsstarke Sparte TUI Hotels & Resorts sowie Veranstalter in den Regionen Zentral und West mit positivem Ergebnis - 1,4 Milliarden Euro positiver Cashflow

Im 4. Geschäftsquartal 2021 hat die TUI deutlich positive Mittelzuflüsse generiert und den Umsatz mit 3,5 Milliarden Euro im Vergleich zum Vorjahresquartal nahezu verdreifacht (4. Quartal 2020: 1,2 Milliarden Euro). Beim operativen Ergebnis wurde fast der Break-even erreicht: Das bereinigte EBIT verbesserte sich auf Basis reduzierter Kapazitäten gegenüber dem Vorquartal um 570 Millionen Euro auf -97 Millionen Euro - einschließlich Einmaleffekten von -60 Millionen Euro (4. Quartal 2020: -1,03 Milliarden Euro). Ein positives bereinigtes EBIT erzielten erstmals seit Pandemiebeginn das traditionell für das Konzernergebnis wichtige Segment TUI Hotels & Resorts (116 Millionen Euro) und die Regionen Zentral mit den Märkten Deutschland, Österreich, Schweiz, Polen (49 Millionen Euro) sowie West mit den Märkten Niederlande, Belgien und Frankreich (71 Millionen Euro). Aufgrund der erfolgreichen

Belegung des operativen Geschäfts im 4. Geschäftsquartal verbuchte die TUI deutliche Mittelzuflüsse, so dass der Cashflow vor Finanzierungstätigkeit mit 1,4 Milliarden Euro das zweite Quartal in Folge positiv war. Mit Stand 6. Dezember hatte die TUI 3,5 Milliarden Euro finanzielle Mittel zur Verfügung.

Buchungen für 2022 auf hohem Niveau - Durchschnittspreise +15 Prozent (Winter) und +23 Prozent (Sommer)

Seit dem letzten Buchungsupdate Anfang Oktober 2021 sind mehr als 1,4 Millionen zusätzliche Buchungen eingegangen. Für den Winter 2021/22 und den Sommer 2022 verzeichnet die TUI aktuell 4,1 Millionen Buchungen. Der Konzern plant derzeit für die Kapazität im Winter 2021/22 mit einem Korridor von 60 bis 80 Prozent des Vor-Corona-Jahres 2019. Im 1. Geschäftsquartal 2022 sind aktuell bereits 69 Prozent erreicht, wobei das Programm des 1. Quartals 2022 schon zu 93 Prozent verkauft ist. Es wird flexibel entschieden, ob die Kapazitäten des Winter-Programms angesichts der sogenannten vierten Corona-Welle und möglicher politischer Entscheidungen mit Blick auf die Omikron-Variante am unteren Ende der Spanne angeboten werden. Die Kapazitätsplanungen werden regelmäßig überprüft und angepasst. Für den Winter und das kommende Jahr zeigt sich deutlich: Urlauber wählen höherwertige Angebote, mehr Pauschalreisen und sind auch bereit ein größeres Budget für ihren Urlaub einzuplanen. Die Durchschnittspreise liegen um 15 Prozent über dem Vorkrisenjahr. Für den vergleichsweise sehr gut gebuchten Sommer 2022 liegen die Durchschnittspreise sogar um 23 Prozent höher.

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

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

Langfristiger Trend ist intakt: Die Menschen wollen reisen

Im gesamten Geschäftsjahr 2021 reisten 5,4 Millionen Gäste mit der TUI. Das Buchungsniveau für das Geschäftsjahr 2022 ist mit 4,1 Millionen Buchungen schon jetzt erfreulich. Der Tourismus bleibt langfristig ein starker Wachstumsmarkt. Er profitiert von übergeordneten gesellschaftlichen Trends, die sich in den kommenden Jahren weiter verstärken werden: Die Menschen werden älter, sie sind gesünder und leben bewusster. Viele haben die finanziellen Mittel und entscheiden sich ganz bewusst für das Reisen. Erlebnisse und Begegnungen sind für viele Menschen zunehmend wichtiger als Eigentum und Besitz. Wann immer Beschränkungen aufgehoben werden, zieht die Nachfrage sofort an. Aktuell buchen die Kunden allerdings später und kurzfristiger. Jousen: „Die Vorteile unseres integrierten und diversifizierten Geschäftsmodells zeigen sich insbesondere jetzt, da wir schnell auf sich verändernde Marktbedingungen reagieren können. Es war beim Neustart viel Flexibilität

gefordert. TUI kann das wie kein anderer in unserer Industrie leisten, da wir alle Stufen der Wertschöpfungskette einer Reise im eigenen Haus haben. So können wir schnelle und abgestimmte Entscheidungen treffen: wenn wir unsere Hotels in einer Region wieder öffnen, stellen wir den Flugplan auf, haben die Flugzeuge, um das Ziel anzufliegen und die Teams vor Ort, um die Gäste zu betreuen. Alles greift bei TUI ineinander. Das ist wichtig für das Urlaubserlebnis unserer Gäste – und für den Konzern wirtschaftlich effizient.“

Über die TUI Group

Die TUI Group ist ein weltweit führender Touristikonzern und weltweit aktiv. Sitz des Konzerns ist Deutschland. Die Aktie der TUI notiert im FTSE 250, einem Index der Londoner Wertpapierbörse, im regulierten Markt der Niedersächsischen Börse zu Hannover sowie im Freiverkehr der Frankfurter Wertpapierbörse. Der TUI Konzern bietet für seine 28 Millionen Kunden, davon 21 Millionen in den europäischen Landesgesellschaften, integrierte Services aus einer Hand.

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

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

Die gesamte touristische Wertschöpfungskette wird unter einem Dach abgebildet. Dazu gehören über 400 Hotels und Resorts mit Premium-Marken wie RIU, TUI Blue und Robinson und 16 eigene 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 Großbritannien. Zum Konzern zählen außerdem europaweit führende Veranstaltermarken und Online-Vermarktungsplattformen, fünf Fluggesellschaften mit mehr als 100 modernen Mittel- und Langstrecken-Flugzeugen und über 1.000 Reisebüros. Neben dem Ausbau des Kerngeschäfts mit Hotels, Kreuzfahrten über erfolgreiche Joint Ventures und Aktivitäten in den Urlaubsdestinationen setzt die TUI verstärkt auf den Ausbau digitaler Plattformen. Der Konzern wandelt sich zu einem Digitalunternehmen.

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 Sozialstandards. 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
Konzernkommunikation
Tel. +49 (0) 511 566 6024
kuzey.esener@tui.com