

TUI Group: Geschäftsjahr 2024 mit starkem Umsatzwachstum auf 23,2 Milliarden Euro, bereinigtes EBIT mit Wachstum von 33 Prozent und robuster Kundennachfrage, insbesondere bei Hotels & Resorts sowie Kreuzfahrten

- **Reisen weiter stark nachgefragt: 20,3 Millionen Gäste buchten im Geschäftsjahr 2024 mit der TUI (Vorjahr: 19,0 Millionen)**
- **Umsatz im Gesamtjahr 2024 klettert um 12 Prozent auf 23,2 Milliarden Euro (Vorjahr: 20,7 Milliarden Euro)**
- **Bereinigtes Konzern-EBIT verbessert sich wie angekündigt signifikant auf 1,3 Milliarden Euro (Vorjahr: 977 Millionen Euro)**
- **Segment Holiday Experiences mit Hotels & Resorts, Kreuzfahrten und TUI Musement: bereinigtes EBIT steigt auf 1,1 Milliarden Euro (Vorjahr: 822 Millionen Euro)**
- **Hotels und Kreuzfahrten mit Rekordwert: höheres operatives Ergebnis mit gestiegenen Raten gegenüber Vorjahr**
- **Segment Märkte + Airline unterstreicht robuste Kundennachfrage: bereinigtes EBIT im Gesamtjahr 304 Millionen Euro (+28 Prozent, Vorjahr: 238 Millionen Euro) – Transformation des Veranstaltergeschäfts beschleunigt**
- **Nettoverschuldung um weitere 0,5 Milliarden Euro auf 1,6 Milliarden gesenkt**
- **Winter 2024/25: aktuelle Buchungen +4 Prozent gegenüber dem Vorjahr bei +5 Prozent höheren Durchschnittspreisen**
- **Ausblick für das laufende Geschäftsjahr 2025¹: Umsatzanstieg um 5-10 Prozent, Anstieg des bereinigten EBIT um 7-10 Prozent**
- **Vorstand bestätigt mittelfristige Ergebnisziele: durchschnittliches Wachstum beim bereinigten Ergebnis von 7 bis 10 Prozent; Nettoverschuldungsgrad soll sich auf stark unter 1,0x verbessern**

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

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

Hannover, 11. Dezember 2024. Die TUI Group hat das Geschäftsjahr 2024 wie angekündigt mit einer deutlichen Steigerung des operativen Ergebnisses abgeschlossen. Dank einer robusten Kundennachfrage konnte das bereinigte Konzern-EBIT gegenüber dem Vorjahr um 33 Prozent auf 1,3 Milliarden Euro gesteigert werden. Der Umsatz erreichte mit

¹ Steigerung gegenüber Vorjahr in Prozent basierend auf konstanten Wechselkursen und im Rahmen der bislang bekannten makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten

23,2 Milliarden erneut einen sehr guten Wert (Vorjahr: 20,7 Milliarden Euro). Er stieg um 12 Prozent gegenüber Vorjahr. Zu dieser positiven operativen Entwicklung trugen alle Segmente des Konzerns bei, insbesondere Hotels & Resorts sowie Kreuzfahrten.

Sebastian Ebel, Vorstandsvorsitzender der TUI: „Wir haben das erreicht, was wir versprochen haben. 2024 war für uns ein sehr gutes Jahr. Unser Fokus liegt auf operativer Exzellenz, schneller Umsetzung der definierten ergebnisverbessernden Maßnahmen und Transformation – dies wird weiter zu signifikantem Wachstum führen. Die TUI von morgen ist stark aufgestellt. Im Geschäftsjahr 2024 haben wir dafür wichtige Meilensteine erreicht: Im Bereich Holiday Experiences wachsen wir mit unserer Asset-Right Strategie. Das Reiseveranstaltergeschäft im Bereich Märkte + Airline stellen wir zukunftssicher und dynamisch auf. Dabei setzen wir natürlich weiter auf die Pauschalreise und die gute Zusammenarbeit mit den Reisebüros. Bei all dem stehen die Kundenzufriedenheit und Qualität an erster Stelle. Das gesamte TUI Team hat in einem weiterhin herausfordernden Marktumfeld gezeigt, dass wir die passende Strategie, das richtige Geschäftsmodell und die richtigen Mitarbeitenden haben, die sich täglich mit Engagement, Kreativität und Leidenschaft für unsere Gäste einsetzen. Unser Ziel bleibt, mit TUI in allen Segmenten profitabler, effizienter und stärker zu werden – und das global. Ein Thema, das bei all unseren Tätigkeiten eine wichtige Rolle spielt, ist das Thema Nachhaltigkeit. Als einer der weltweit führenden Reisekonzerne wollen wir den Standard für Nachhaltigkeit auf dem Markt setzen. Wir verfolgen weiterhin die Initiativen in unserem gesamten Unternehmen, um unsere SBTi (Science Based Targets Initiative) Ziele für 2030 zu erreichen.“

Mathias Kiep, Finanzvorstand der TUI Group: „Wir blicken auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2024 zurück, in dem wir auch unser Finanzprofil deutlich verbessert haben. Der positive Cash Flow führte zu einer signifikanten Reduzierung der Nettoverschuldung. Mit einem Nettoverschuldungsgrad von 0,8x bleiben wir auf Kurs unser Mittelfristziel von stark unter 1,0x zu erreichen. Auch für das neue Geschäftsjahr 2025¹ erwarten wir eine positive Entwicklung. Unsere Ziele beinhalten hier jeweils gegenüber dem Vorjahr, einen Umsatzzanstieg von 5-10 Prozent sowie einen Anstieg des bereinigten EBIT um 7-10 Prozent, insbesondere gestützt durch die Erwartungen für den Sommer 2025“.

¹ Steigerung gegenüber Vorjahr in Prozent basierend auf konstanten Wechselkursen und im Rahmen der bislang bekannten makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten

Übersicht der Segmente: Ergebnisse Gesamtjahr 2024

Auch im Geschäftsjahr 2024 (1. Oktober 2023 bis 30. September 2024) steht Reisen bei unseren Kunden hoch im Kurs. Das hat sich positiv auf das operative Geschäft ausgewirkt. Insgesamt verreisten 20,3 Millionen Gäste mit TUI (Vorjahr: 19,0 Millionen Gäste). Das bereinigte EBIT kletterte im Gesamtjahr 2024 auf 1,3 Milliarden Euro (Vorjahr: 977 Millionen Euro). Der Umsatz stieg um 12 Prozent auf 23,2 Milliarden Euro (Vorjahr: 20,7 Milliarden Euro).

Im Bereich **Holiday Experiences** mit Hotels & Resorts, Kreuzfahrten und den Aktivitäten von TUI Musement stieg das bereinigte EBIT gegenüber dem Vorjahr um 270 Millionen Euro auf 1,1 Milliarden Euro (Vorjahr: 822 Millionen Euro). Der Bereich **Hotels & Resorts** übertraf die bereits starke operative Leistung des Vorjahres mit einem bereinigten EBIT von 668 Millionen Euro (Vorjahr: 549 Millionen Euro). Die Ergebnisse sind auf eine verbesserte operative Geschäftsentwicklung bei den wichtigsten Marken und vor allem bei Riu zurückzuführen. Der durchschnittlich erzielte Umsatz pro Bett und Nacht stieg gegenüber dem Vorjahr um 7 Prozent auf 93 Euro.

Der Bereich **Kreuzfahrten** umfasst das Joint Venture TUI Cruises mit den Marken Mein Schiff und Hapag-Lloyd Cruises in Deutschland sowie die Konzerntochter Marella Cruises in Großbritannien. Das Wachstum dieses Segments wird durch Investitionen in Neubauten für TUI Cruises vorangetrieben. Mit der Inbetriebnahme der Mein Schiff 7 im Juni stieg die Flottengröße auf insgesamt 17 Schiffe. Im Berichtszeitraum kletterte das bereinigte EBIT deutlich auf 374 Millionen Euro (Vorjahr: 236 Millionen Euro). Die Auslastung der Schiffe von TUI Cruises, Hapag-Lloyd Cruises und Marella Cruises lag im Durchschnitt bei 99 Prozent (Vorjahr: 94 Prozent), die verfügbaren Passagiertage erhöhten sich insgesamt um 2 Prozent auf 9,7 Millionen (Vorjahr 9,5 Millionen).

TUI Musement, das Geschäft mit Touren und Aktivitäten, erstreckt sich auf Erlebnisse (Ausflüge, Aktivitäten und Tickets), Transfers und mehrtägige Touren sowohl in beliebten Städten als auch in den Badezielen. Im Berichtszeitraum konnte der Bereich sein bereinigtes EBIT auf 49 Millionen Euro (Vorjahr: 36 Millionen Euro) steigern. Dabei wurden 10 Millionen Ausflüge, Touren und Aktivitäten verkauft (Vorjahr: 9,4 Millionen). Die Zahl der Transfers stieg um 8 Prozent auf 30,5 Millionen.)

Im Geschäftsbereich **Märkte + Airline** mit den TUI-Reiseveranstaltern in den Regionen Nord (UK, Irland, Schweden, Norwegen, Finnland, Dänemark), Zentral (Deutschland, Österreich, Schweiz, Polen) und West (Niederlande, Belgien und Frankreich) blieb die Nachfrage im gesamten Berichtsjahr in einem wettbewerbsintensiven Umfeld robust, und es wurden insgesamt gestiegene Gästezahlen bei höheren Preisen erzielt. Darüber hinaus führte die Rückkehr zu einer normalen Hedging-Politik zu positiven Ergebniseffekten. Infolgedessen verbesserte sich das bereinigte EBIT in diesem Geschäftsbereich um 66 Millionen Euro auf 304 Millionen Euro (Vorjahr 238 Mio. Euro).

In der **Region Nord** mit TUI UK&I hat das bereinigte EBIT mit 165 Millionen Euro mehr als verdoppelt (Vorjahr: 71 Millionen Euro). Die **Region Zentral** mit TUI Deutschland konnte erneut positiv abschließen, das bereinigte EBIT erreichte 128 Millionen Euro. Im Vorjahr lag das Ergebnis bei 88 Millionen Euro. Das bereinigte EBIT in der **Region West** lag bei 10 Millionen Euro (Vorjahr: 79 Millionen Euro). Dieses Ergebnis ist auf einen Rückgang der Gästezahlen auf der Langstrecke aus den Niederlanden wie auch in Belgien sowie Kosten im Zusammenhang mit der laufenden Transformation des Geschäfts, einschließlich höherer IT-Investitionen und Bewertungseffekte zurückzuführen.

Die Transformation im Geschäftsfeld Märkte + Airline wurde im Berichtszeitraum mit der Einführung einer neuen Organisationsstruktur deutlich beschleunigt. Ziel ist der Ausbau zu einem touristischen Marktplatz mit Fokus auf Pauschalreise-Pakete. TUI Kunden werden künftig aus einem noch breiteren Produktangebot wählen können. Seit dem 1. Oktober werden die Bereiche Commercial und Marketing zentral gesteuert. Der Bereich Commercial umfasst dabei alle weltweiten Einkaufsaktivitäten (Hotel und Flug). In regionaler Verantwortung sind weiterhin Marketing, Vertrieb und Kapazitätsplanung. Außerdem wurde der Bereich „Expansion Businesses“ eingeführt, der sich um das Wachstum des Konzerns auch außerhalb des aktuellen Portfolios kümmert. Zusätzlich soll die Airline in Zukunft mehr kommerzielle Verantwortung bekommen, um die Chancen der eigenen Fluggesellschaft in einem sich schnell wandelnden Airline-Markt zu nutzen. „Wir sehen Chancen für neues Wachstum durch zusätzliche Kunden in Märkten, die bislang eher als Urlaubsland im Fokus standen. In diesen Ländern werden wir zum Reiseanbieter für die lokale Bevölkerung. Gute Beispiele dafür sind TUI Iberia mit Lateinamerika, sowie unsere Hotelwachstums-Regionen mit ihren Clustern in Afrika und Asien. Das reduziert unsere regionale Abhängigkeit von Europa, in einer Zeit, in der die europäische Konjunktur aktuell kaum oder wenig wächst“, so Sebastian Ebel. Das integrierte Geschäftsmodell des Konzerns mit den beiden

Geschäftsfeldern Märkte + Airline und Holiday Experiences wird für Mitarbeitende, Partner und Aktionärinnen und Aktionäre weiter erheblichen Mehrwert schaffen.

Buchungslage für aktuellen Winter weiterhin stark; auch der kommenden Sommer vielversprechend

Die Buchungen für den aktuellen Winter 2024/25 setzen die bisherige Entwicklung fort und liegen um 4 Prozent über Vorjahr. Derzeit sind 62 Prozent des Winterprogramms verkauft. Dies entspricht in etwa dem Vorjahresniveau. Die Durchschnittspreise liegen um +5 Prozent höher, was unter anderem auf den gestiegenen Anteil im Verkaufsmix von Pauschalreisen und dynamisch paketierte Produkte zurückzuführen ist. Die Buchungen für den Sommer 2025 befinden sich noch in einem sehr frühen Stadium, 17 Prozent des Sommerprogramms sind derzeit verkauft. Dies entspricht dem Buchungsstand im Vorjahr. Die Buchungen liegen um +7 Prozent über dem Sommer 2025 bei +3 Prozent höheren Durchschnittspreisen.

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

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

Ausblick für das Gesamtjahr 2025¹

Der Fokus liegt weiterhin auf operativer Exzellenz, Umsetzung und Transformation sowie profitabilem Wachstum. Der Ausblick basiert auf dem nachhaltigen Wachstum im Bereich Holiday Experiences und der Transformation des Geschäftsbereichs Märkte + Airline und wird durch die derzeitige positive Buchungsdynamik unterstützt. Auf dieser Basis gibt der Konzern den folgenden Ausblick für das Geschäftsjahr 2025:

- einen Umsatzanstieg von 5-10 Prozent gegenüber dem Vorjahr
- einen Anstieg des bereinigten EBIT um 7-10 Prozent gegenüber dem Vorjahr, insbesondere aufgrund der Erwartungen für den Sommer 2025

Mittelfristig erwartet TUI:

- ein durchschnittliches Wachstum des bereinigten EBITs von ca. 7-10 Prozent CAGR,
- einen Nettoverschuldungsgrad von stark unter 1,0x,
- die Rückkehr zu einem Kreditrating, das dem Rating BB/Ba (Moody's/S&P) vor der Pandemie entspricht

¹ Steigerung gegenüber Vorjahr in Prozent basierend auf konstanten Wechselkursen und im Rahmen der bislang bekannten makroökonomischen und geopolitischen Unsicherheiten

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 MDAX-Index der Frankfurter Wertpapierbörsen und im regulierten Markt der Niedersächsischen Börse zu Hannover. Der TUI Konzern bietet für seine über 20 Millionen Kunden integrierte Services aus einer Hand und bildet die gesamte touristische Wertschöpfungskette unter einem Dach. Zum Konzern gehören über 400 Hotels und Resorts mit Premium-Marken wie RIU, TUI Blue und Robinson und 17 eigene Kreuzfahrtschiffe, von der MS Europa und der MS Europa 2 in der Luxusklasse und Expeditionsschiffen der HANSEATIC-Klasse 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 zum Beispiel für Nur-Hotel- oder Nur-Flug-Angebote, fünf Fluggesellschaften mit mehr als 130 modernen Mittel- und Langstrecken-Flugzeugen und rund 1.200 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 globalen touristischen Plattformunternehmen.

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
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

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

TUI Group**Group Corporate & External Affairs**

Linda Jonczyk
Konzernkommunikation
Tel. +49 (0) 511 566 6022
linda.jonczyk@tui.com