

TUI Group rechnet mit starkem Reise-Sommer 2022: Aktuell bereits 85 Prozent des Buchungsniveaus vom Sommer 2019 erreicht – damit im laufenden Geschäftsjahr ein signifikant positives EBIT möglich

- **Durch starke Geschäftsentwicklung Free Cashflow bei 1,24 Milliarden Euro**
- **Liquidität auch nach Rückgabe von rund 700 Millionen Euro Kreditlinien auf 3,8 Milliarden Euro¹ erhöht**
- **Nettoverschuldung sinkt auf 3,9 Milliarden Euro**
- **Rückführung von staatlichen Kreditlinien soll zeitnah fortgesetzt werden**
- **Neubuchungen der letzten sechs Wochen über alle Märkte über Niveau für Sommer 2019**
- **Branchentypisch schwächeres Winterquartal (2. Geschäftsquartal) war deutlich besser als Vorjahr**
- **1,9 Millionen Gäste reisten im Berichtszeitraum mit der TUI – zehn Mal so viel wie im Vorjahreszeitraum (2. Quartal 2021: 0,2 Millionen)**
- **Umsatz im 2. Quartal 2022 mit 2,13 Milliarden Euro verneunfacht gegenüber Vorjahr (2. Quartal 2021: 248 Millionen Euro)**
- **Saisonal üblicher Verlust mit –330 Millionen Euro fast halbiert (2. Quartal 2021: -633 Millionen Euro)**
- **TUI Hotels & Resorts das dritte Quartal in Folge mit positivem Ergebnis seit Beginn der Pandemie**
- **TUI Vorstandsvorsitzender Fritz Jousen: „Die hohe Nachfrage nach Reisen und die sehr gute Geschäftsentwicklung bestätigen unsere Prognosen. 2022 wird ein gutes Geschäftsjahr. Die Kapazität erreicht nahezu den Vor-Corona Wert von 2019. Nach zwei Jahren Krise erwarten wir bei TUI entsprechend im laufenden Geschäftsjahr mit einem signifikant positiven bereinigten EBIT wieder profitabel zu werden. Das ist die Basis für neues Wachstum.“**

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

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

Hannover, 11. Mai 2022. Die TUI erwartet einen starken Reise-Sommer 2022. Alle Indikatoren weisen in diese Richtung. Ein deutlich verbessertes zweites Geschäftsquartal und eine starke Buchungs- und Geschäftsentwicklung zeigen, der Touristikonzern ist

¹ Stand: 6. Mai 2022

auf dem richtigen Kurs und findet zu alter Stärke zurück. Die Zahl der mit TUI im Berichtszeitraum gereisten Gäste hat sich mit 1,9 Millionen gegenüber dem Vorjahresquartal fast verzehnfacht. Der Umsatz lag rund neun Mal höher und der saisonal übliche Verlust wurde gegenüber dem Zeitraum des Vorjahres nahezu halbiert. Fritz Jousen, Vorstandsvorsitzender der TUI Group: „Das starke Ostergeschäft war schon der erste wichtige Indikator. Die hohe Nachfrage nach Reisen und die gute Geschäftsentwicklung bestätigen jetzt unsere Prognosen. 2022 wird ein gutes Geschäftsjahr mit einem starken Reise-Sommer. Bei der Auslastung unserer Kapazitäten erreichen wir nahezu den Vor-Corona-Wert von 2019. Nach zwei Jahren Krise geht es deutlich voran, und wir erwarten entsprechend im laufenden Geschäftsjahr mit einem signifikant positiven bereinigten EBIT wieder profitabel zu werden. Das ist die Basis für neues Wachstum.“

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

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

Wichtige Finanzkennzahlen verbessert: Free Cashflow bei 1,24 Milliarden Euro - Liquiditätsposition trotz Rückgabe von Kreditlinien auf 3,8 Milliarden Euro erhöht – Nettoverschuldung auf 3,9 Milliarden Euro reduziert

Die starke Rückkehr des operativen Geschäfts sorgte im Berichtszeitraum für deutliche Mittelzuflüsse, so dass der Free Cashflow bei 1,24 Milliarden Euro lag. Die TUI hat weiterhin KfW-Kreditlinien, auf die sie zurückgreifen kann, nimmt diese allerdings derzeit nicht in Anspruch. Nach Rückgabe von Kreditlinien von rund 700 Millionen Euro standen dem Konzern Anfang April etwa 3,4 Milliarden Euro an liquiden Mitteln zur Verfügung. Durch die deutlich anziehende Geschäftsdynamik und die konsequente Neuausrichtung mit einem erfolgreichen Kostenmanagement wurde die Liquiditätsposition weiter verbessert. Zum 6. Mai 2022 verfügte die TUI über 3,8 Milliarden Euro an finanziellen Mitteln.

Die TUI hatte angekündigt, die Corona-Hilfen schnellstmöglich abzubauen und die Verschuldung des Konzerns zu senken. Zum Ende des Berichtszeitraums lag die Nettoverschuldung der TUI bei rund 3,9 Milliarden Euro im Vergleich zu rund 5,1 Milliarden im Vorquartal. Das avisierte Ziel ist unverändert eine Gross Leverage-Ratio¹ von unter drei. Aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung, der Stabilisierung des Marktes und der fortlaufenden Transformation des Unternehmens ist die Basis geschaffen, die KfW-Kreditlinien sukzessive zurückzugeben und die Beteiligung des Staates zu reduzieren.

¹ Verhältnis von Finanz-Verbindlichkeiten einschließlich Netto-Pensionsverpflichtungen zum EBITDA

Starker Reise-Sommer 2022 erwartet: 85 Prozent vom Buchungsniveau Sommer 2019 erreicht, Neubuchungen aktuell über Sommer 19 Niveau - Märkte UK, Deutschland und Niederlande zeigen hohe Dynamik

Die Buchungsentwicklung bleibt weiterhin ungebrochen hoch. Im Berichtszeitraum reisten 1,9 Millionen Gäste mit der TUI – das sind fast zehn Mal so viel wie im Vorjahreszeitraum (2. Quartal 2021: 0,2 Millionen). Für den Winter 2021/22 und den Sommer 2022 zusammen zählt die TUI aktuell elf Millionen Kunden. Nach dem kurzfristigen Dämpfer aufgrund der Omikron-Variante ziehen die Buchungen deutlich an. Insbesondere in den vergangenen sechs Wochen lagen die Neubuchungen über dem vergleichbaren Niveau für den Sommer 2019. Wie schon in den Wochen zuvor hält die besondere Dynamik vor allem bei TUI Deutschland und TUI Niederlande an. Beide Märkte lagen im April bei den Buchungen für den Sommer 2022 mit einem zweistelligen Plus über dem vergleichbaren Buchungsstand für den Sommer 2019. In der Gesamtentwicklung der Buchungen für den Sommer 2022 bleibt TUI UK weiter vorne und weist aktuell ein Plus von 11 Prozent gegenüber Sommer 2019 aus.

Konzernweit liegt das gebuchte Volumen aktuell bei 85 Prozent des Sommers 2019, dem letzten regulären Geschäftsjahr vor der Corona-Pandemie. Die TUI bekräftigt die Erwartung, im Sommer 2022 nahezu das Buchungsniveau des Sommers 2019 zu erreichen. Zwei Trends werden dabei bestätigt: Urlauber buchen weiterhin eher kurzfristig und geben gleichzeitig mehr Geld für ihre Reise aus. Die Durchschnittspreise halten sich für den Winter 2021/22 mit +13 Prozent und für den Sommer 2022 mit +20 Prozent auf einem hohen Niveau. Der Grund dafür ist weiterhin der hohe Anteil an gebuchten Pauschalreisen. Die Kunden vertrauen der Marke TUI und überlassen die Komplexität der Reiseplanung mit Flügen, Transfers und Hotelzimmern den TUI Veranstaltern in den Märkten. Gleichzeitig buchen TUI Gäste durchschnittlich längere Aufenthalte und haben mehr Budget für Zusatzleistungen, beispielsweise eine höhere Hotel- oder Zimmerkategorie.

Überblick Winter 2021/22 und 2. Quartal 2022

Für den Winter 2021/22 hatte die TUI avisiert, den unteren bis mittleren Korridor von 60 bis 80 Prozent der Vorkrisen-Kapazitäten zu erreichen. Im 2. Quartal 2022 wurden 71 Prozent der Kapazitäten des Vorkrisenjahres 2019 gebucht. Damit liegt der Konzern im Berichtszeitraum über dem mittleren Korridor der ursprünglichen Erwartungen. Insgesamt reisten mehr als 3,3 Millionen Gäste im Winter 2021/22 mit der TUI. Die

deutlich verbesserte Geschäftsentwicklung mit einer hohen Buchungsdynamik haben den Umsatz im Berichtszeitraum auf 2,13 Milliarden Euro klettern lassen – das ist neun Mal so viel wie im selben Zeitraum des Vorjahres (2. Quartal 2021: 248 Millionen Euro). Der saisonal übliche Verlust wurde auf -330 Millionen Euro fast halbiert (Vorjahr: -633 Millionen Euro).

Das Segment **Markets & Airlines** mit den Regionen Nord (UK, Irland, Schweden, Norwegen, Finnland, Dänemark), Zentral (Deutschland, Österreich, Schweiz, Polen) und West (Niederlande, Belgien und Frankreich) verbuchte im Berichtszeitraum 1,9 Millionen Reisende. Der Sitzladefaktor über alle Märkte lag bei 84 Prozent. Insgesamt verbesserten sich die Ergebnisse der Regionen aufgrund des sich vor allem in der zweiten Hälfte des Berichtszeitraums stark belebenden Geschäfts. Die Region Nord reduzierte den saisonüblichen Verlust auf -181 Millionen Euro (2. Quartal 2021: -221 Millionen Euro), die Region Zentral hat den Verlust auf -21 Millionen Euro verringert (2. Quartal 2021: -123 Millionen Euro) und die Region West verbuchte ein bereinigtes EBIT von -57 Millionen Euro (2. Quartal 2021: -83 Millionen Euro). Insgesamt verbesserte sich das Ergebnis des Segments Markets & Airlines gegenüber dem Vorjahr um 168 Millionen Euro.

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

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

Das dritte Quartal in Folge seit Beginn der Pandemie erzielte das Segment **Hotels & Resorts** ein positives Ergebnis. In den Monaten Januar bis März 2022 lag das bereinigte EBIT bei 24 Millionen Euro (Vorjahr: -103 Millionen Euro). Der durchschnittlich erzielte Umsatz pro Bett und Nacht stieg gegenüber dem Vorjahr um 17 Euro auf 86 Euro, die Kapazitätsauslastung verbesserte sich um 29 Prozentpunkte auf 65 Prozent.

Für den Bereich **Kreuzfahrten** erwartet der Konzern eine Erholung in der zweiten Kalender-Jahreshälfte. Im Berichtszeitraum waren viele Häfen noch geschlossen und haben die Routen im Januar und Februar eingeschränkt, so dass keine normalen Geschäftsaktivitäten möglich waren. Im Januar befanden sich lediglich acht der insgesamt 16 Schiffe im Dienst, seit April ist wieder die gesamte Flotte der TUI Cruises, Hapag-Lloyd Cruises und Marella Cruises im Einsatz. Darüber hinaus hält der Trend zu späteren und kurzfristigeren Buchungen auch in diesem Segment weiter an. Das bereinigte EBIT des Segments lag im Berichtszeitraum bei -74 Millionen Euro (2. Quartal 2021: -55 Millionen Euro).

Die Entwicklung bei **TUI Musement**, dem Wachstumsfeld für Touren und Aktivitäten, profitiert von der Digitalisierung, dem integrierten Geschäftsmodell, der Breite des Angebots in beliebten Destinationen und der Rückkehr des operativen Geschäfts durch die Öffnung der Destinationen.

Im 2. Quartal 2022 wurden fast 700.000 Ausflüge, Aktivitäten und Touren verkauft, sieben Mal so viel wie im 2. Quartal des Vorjahres. Die Zahl der Transfers wurde mehr als verachtst auf 2,5 Millionen. Der branchentypische Verlust des Bereichs wurde im Berichtszeitraum fast halbiert, das bereinigte EBIT lag bei -17 Millionen Euro (2. Quartal 2021: -29 Millionen Euro). TUI Musement soll die führende globale Plattform für Ausflüge, Touren und Aktivitäten werden, darum werden vor allem exklusive Angebote konsequent ausgebaut. Das Portfolio der „TUI Collection“ wurde neu aufgelegt und wächst von 350 auf künftig 650 qualitativ hochwertige Erlebnisse, die nur bei TUI erhältlich sind. Darüber hinaus rechnet der Konzern mit einem Anstieg auch der Verkäufe über Drittanbieter, so dass sich die Verkäufe von Ausflügen, Aktivitäten und Touren bei TUI Musement besser entwickeln werden als der Anstieg der Kapazitäten, der für das Segment Märkte & Airlines im Geschäftsjahr 2022 geplant ist.

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

Über die TUI Group

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

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 27 Millionen Kunden, davon 21 Millionen in den europäischen Landesgesellschaften, integrierte Services aus einer Hand.

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