

TUI Group: Konzern-Umsatz im 1. Quartal 2024 um 15 Prozent auf 4,3 Milliarden Euro gesteigert / Hohe Reisebereitschaft und starke operative Entwicklung sorgen erstmals¹ für positives bereinigtes EBIT bereits im 1. Quartal / Nahezu alle Bereiche tragen zu Ergebnisverbesserung bei / 3,5 Millionen Gäste reisten im 1. Quartal 2024 mit der TUI / Buchungsdynamik für aktuellen Winter und Sommer 2024 weiter positiv / Strategischer Fokus klar auf Wachstum ausgerichtet / Konzern bestätigt Gesamtjahresziele: Wachstum beim Umsatz mindestens +10 Prozent, beim operativen Ergebnis mindestens +25 Prozent

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

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

- **Bereinigtes Konzern-EBIT gegenüber Vorjahr um 159 Millionen Euro signifikant verbessert und mit sechs Millionen Euro erstmals¹ positiv (Vorjahr -153 Millionen Euro)**
- **3,5 Millionen Gäste reisten im Berichtszeitraum mit der TUI – ein Plus von 6 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal (1. Geschäftsquartal 2023: 3,3 Millionen)**
- **TUI Hotels & Resorts und Kreuzfahrten mit deutlichen Ergebnisverbesserungen**
- **Positive Buchungsdynamik für aktuellen Winter 2023/24 und Sommer 2024 setzt sich fort: Winterbuchungen +8 Prozent, Sommerbuchungen +8 Prozent gegenüber Vorjahr – Durchschnittspreise ebenfalls über Vorjahr (Winter +4 Prozent, Sommer +4 Prozent)**
- **TUI Vorstandsvorsitzender Sebastian Ebel: „Wir sind auf Kurs, wir gewinnen Kunden und wachsen. Quartal für Quartal beschleunigen wir unsere Transformation. Wir haben Ziele, die wir konsequent umsetzen. Die hohe Reisebereitschaft der Menschen sorgt in einem weiterhin herausfordernden Umfeld für eine starke wirtschaftliche Entwicklung in allen Konzernbereichen. Das bestärkt unsere Erwartungen für das Gesamtjahr: wir wollen beim Umsatz um mindestens 10 Prozent und im operativen Ergebnis um mindestens 25 Prozent wachsen.“**

¹ seit dem Zusammenschluss von TUI Travel PLC und TUI AG

Hannover, 13. Februar 2024. Der TUI Konzern ist mit einer starken operativen Entwicklung ins neue Geschäftsjahr gestartet. 3,5 Millionen Gäste reisten im 1. Quartal 2024 (Oktober bis Dezember 2023) mit der TUI in den Urlaub und sorgten für einen Anstieg beim Konzern-Umsatz um 15 Prozent auf 4,3 Milliarden Euro (1. Quartal 2023: 3,8 Milliarden Euro). Erstmals¹ war das bereinigte EBIT in diesem normalerweise saisonbedingt negativen Quartal mit sechs Millionen Euro positiv. In einem weiterhin anspruchsvollen Marktumfeld profitierte die TUI von der anhaltenden Reisenachfrage mit höheren Preisen und Raten. TUI Vorstandsvorsitzender Sebastian Ebel: „Wir halten Kurs, bauen den Konzern um und wachsen. Die eingeleiteten Maßnahmen greifen und zeigen Wirkung. Wir beschleunigen unsere Transformation Quartal für Quartal. Wichtig sind operative Exzellenz, agiles und flexibles Handeln und die konsequente Umsetzung unserer Programme. Zudem ist die Reisebereitschaft der Menschen immer noch hoch, trotz eines weiterhin herausfordernden Marktumfelds. Wir schaffen damit die Basis für künftiges profitables Wachstum der TUI. Und es bestärkt unsere Erwartungen für das Gesamtjahr: Wir wollen beim Umsatz um mindestens 10 Prozent und im operativen Ergebnis um mindestens 25 Prozent wachsen.“

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

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

Entwicklung des 1. Geschäftsquartals 2024

3,5 Millionen Gäste reisten im 1. Geschäftsquartal 2024 mit der TUI – das sind sechs Prozent beziehungsweise 200.000 mehr als im Vorjahr (3,3 Millionen). Die durchschnittliche Auslastung lag mit 87 Prozent um einen Prozentpunkt über dem Vorjahr. Durch die hohe Reisebereitschaft der Menschen sowie höhere Preise und Raten verbesserte sich das bereinigte operative Ergebnis um 159 Millionen Euro (Vorjahr: -153 Millionen Euro) und war mit sechs Millionen Euro erstmals¹ positiv. Normalerweise sind die ersten beiden Quartale des Geschäftsjahres (Oktober bis März) saisonbedingt für die Branche negativ im Ergebnis. Der Umsatz verbesserte sich folglich ebenfalls stark: er kletterte um 15 Prozent auf 4,3 Milliarden Euro (Vorjahr: 3,8 Milliarden Euro).

Im Segment **Holiday Experiences** verzeichnete der Bereich **Hotels & Resorts** in den Monaten Oktober bis Dezember 2023 mit 90,7 Millionen Euro einen Anstieg beim bereinigten EBIT um 26,6 Prozent (Vorjahr: 71,6 Millionen Euro) und setzt die Serie an erfolgreichen Quartalen mit einem Ergebnis über dem Vorkrisenniveau fort. Die Auslastung

¹ seit dem Zusammenschluss von TUI Travel PLC und TUI AG

der Häuser kletterte um 3 Prozentpunkte auf 78 Prozent, die durchschnittlich erzielte Bettenrate stieg gegenüber dem Vorjahr um 4,9 Prozent auf 90 Euro.

Die starke Entwicklung des Bereichs **Kreuzfahrten** setzte sich im 1. Geschäftsquartal 2024 fort, sodass erneut ein positives Ergebnis erzielt wurde. Das bereinigte EBIT verbesserte sich deutlich von 0,2 Millionen Euro im Vorjahr auf 34,5 Millionen Euro. Die Ergebnisentwicklung ist auf höhere Kapazitäten sowie deutlich höhere Durchschnittsraten zurückzuführen. Letztere stiegen um 17,0 Prozent auf 204 Euro nach 175 Euro im Vorjahr. Die Passagiertage lagen mit 2,336 Millionen leicht unter Vorjahr (2,379 Millionen).

TUI Musement konnte die Zahl der verkauften Erlebnisse um 16 Prozent auf 2,0 Millionen steigern (Vorjahr: 1,7 Millionen). Auch die Zahl der Transfers erhöhte sich im Berichtszeitraum um 9 Prozent auf 5,4 Millionen (Vorjahr: 5,0 Millionen). Das bereinigte Ergebnis des Bereichs verbesserte sich auf -10,7 Millionen Euro (Vorjahr: -13,5 Millionen Euro).

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

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

Auch im Segment **Märkte & Airlines** verbesserte sich das bereinigte Ergebnis. Das saisonal bedingte Minus wurde mit -95,7 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr halbiert (-194,6 Millionen Euro). Angetrieben wurde diese Entwicklung nur durch höhere Durchschnittspreise, eine verbesserte operative Performance sowie eine normalisierte Hedging-Politik. Die **Region Nord** (UK, Irland und nordische Länder) konnte das bereinigte Ergebnis ebenfalls signifikant verbessern, von zuvor -122,0 Millionen Euro auf -50,4 Millionen Euro im 1. Quartal 2024. Die **Region Zentral** mit den Veranstaltern in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Polen erwirtschaftete mit 1,3 Millionen Euro ein positives bereinigtes Ergebnis für den Berichtszeitraum nach einem Verlust im Vorjahr von -29,0 Millionen Euro. Das bereinigte EBIT der **Region West** (Frankreich, Belgien, Niederlande) fiel zwar mit -46,6 Millionen Euro um 6,6 Prozent geringer aus als im Vorjahr (-43,7 Millionen Euro), allerdings war dies auf Einmaleffekte zurückzuführen. Operativ wurde das Ergebnis gegenüber dem Vorjahr verbessert.

Positive Buchungsdynamik ² setzt sich fort bei gleichzeitig höheren Durchschnittspreisen – Erwartung an Gesamtjahresziele bestätigt

Mit einem aktuellen Buchungsplus von 8 Prozent gegenüber Vorjahr für die Wintersaison 2023/24 und einem Anstieg um 8 Prozent für den Sommer 2024 setzt sich die positive

²Stand: 4. Februar 4

Buchungsdynamik fort. Insgesamt verzeichnet TUI aktuell 9,4 Millionen Buchungen für den Winter 2023/24 und den Sommer 2024 zusammen (Vorjahr: 8,7 Millionen).

Die Durchschnittspreise für den Winter 2023/24 liegen derzeit 4 Prozent über dem Niveau des Vorjahres. Kurz- und Mittelstreckenziele treiben die Buchungen weiterhin an, wobei sich die Kanaren, Ägypten und die Kapverden erneut als beliebte Destinationen erweisen. Für den bevorstehenden Sommer 2024 liegen die Durchschnittspreise gegenüber dem Vorjahr um 4 Prozent höher. Für alle wichtigen Kurz- und Mittelstreckenziele liegt die Nachfrage aktuell über Vorjahr, beliebteste Destinationen der TUI Gäste für den Sommer 2024 sind erneut Spanien, Griechenland und die Türkei.

Die aktuelle positive Entwicklung bei den Buchungen zeigt sich auch im Segment **Holiday Experiences**. Im Bereich **Hotels & Resorts** liegt die derzeitige Auslastung für das 2. Halbjahr 2024 (Oktober 2023 bis März 2024) um einen Prozentpunkt über dem Vorjahr, die durchschnittlichen Bettenraten liegen für diesen Zeitraum um 12 Prozent höher. Bei den **Kreuzfahrten** liegt die aktuelle Auslastung bei deutlichen 13 Prozent über Vorjahr, es wird aber erwartet, dass sich dieser Anstieg im Laufe der Saison etwas normalisiert. Für die drei Flotten des Konzerns liegen die verfügbaren Passagiertage im 1. Halbjahr 2024 um 9 Prozent über dem Vorjahreswert, die Durchschnittsraten liegen mit -2 Prozent leicht unter dem Vorjahreswert. Die verkauften Erlebnisse bei **TUI Musement** liegen gegenüber Vorjahr im niedrigen zweistelligen Prozentbereich im Plus, die Zahl der Transfers entspricht der operativen Entwicklung bei Märkte & Airlines.

Ausblick für das Gesamtjahr 2024

Das starke operative Wachstum und die erfolgreiche Umsetzung unserer strategischen Maßnahmen bilden die Grundlage für künftiges profitables Wachstum. Der Ausblick für das Geschäftsjahr 2024 erfolgt vor dem Hintergrund der aktuellen makroökonomischen Herausforderungen und geopolitischen Unsicherheiten, insbesondere im Nahen Osten. Dennoch unterstreicht die operative Entwicklung des 1. Quartals 2024, die aktuell positive Buchungsdynamik sowie die Rückkehr zu einer normalisierten Hedging-Politik die Erwartungen an das Gesamtjahr. Die TUI bekräftigt daher ihre Prognose für das Geschäftsjahr 2024:

- Umsatzanstieg von mindestens 10 Prozent gegenüber dem Vorjahr erwartet
- Anstieg des bereinigten EBIT um mindestens 25 Prozent gegenüber Vorjahr erwartet

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

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

Mittelfristige Ziele

TUI hat eine klare Strategie und die Basis geschaffen für künftiges profitables Wachstum. Mit mehr Produkten und einem breiteren Angebot soll der so genannte „Customer Lifetime Value“ der Kundinnen und Kunden erhöht und darüber hinaus Neukunden gewonnen werden.

Mittelfristig will die TUI:

- ein durchschnittliches EBIT-Wachstum von ca. 7-10 Prozent CAGR erreichen,
- den Nettoverschuldungsgrad auf deutlich unter 1,0x senken,
- zu einem Kreditrating zurückkehren, das dem Rating BB/Ba (S&P/Moody's) vor der Pandemie entspricht.

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

Hauptversammlung entscheidet über künftige Struktur der Börsennotierung

Auf der heutigen Hauptversammlung der TUI AG in Hannover entscheiden die Aktionärinnen und Aktionäre unter anderem darüber, ob das Listing des Konzerns an der Londoner Börse aufgegeben werden soll. Zuvor hatten Investoren der TUI angeregt, die aktuelle duale Börsennotierung für das Unternehmen aufzugeben und eine Vereinfachung der Notierungen und eine Aufnahme in den MDAX in Frankfurt anzustreben. In den vergangenen Jahren hat sich der Großteil der Liquidität der TUI Aktie nach Deutschland verlagert. Rund 77 Prozent der Aktientransaktionen werden direkt über das deutsche Aktienregister abgewickelt, und weniger als ein Viertel des Handels in TUI Aktien erfolgt in Form von UK Depositary Interests. Die Beendigung des Listings in London würde nachvollziehbare Vorteile für Investoren und Gesellschaft bieten: Vereinfachung der Strukturen, Verbesserung bei der Liquidität und Indexierung sowie Unterstützung der EU-Eigentumsverhältnisse der Fluggesellschaften. Vorstand und Aufsichtsrat der TUI sind den Anregungen der Investoren gefolgt und empfehlen nach umfangreichen Gesprächen und intensiver Analyse den Aktionären, dem Beschlussvorschlag auf der heutigen Hauptversammlung zuzustimmen. Für die Zustimmung wird eine Mehrheit von 75 Prozent benötigt.

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

Über die TUI Group

Die TUI Group ist ein weltweit führender Touristikkonzern 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 19 Millionen Kunden 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 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 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 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**

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