

TUI GROUP

Ergebnisse für das Gesamtjahr zum 30. September 2022HIGHLIGHTS FINANZKENNZAHLEN Q4 GJ22 & BUCHUNGSUPDATE

- Starker Geschäftsverlauf im Q4 in einem normalisierteren Buchungsumfeld
 - Alle Segmente berichten erstmals seit der Pandemie ein positives bereinigtes EBIT
 - Dies folgt dem Neustart des Geschäftsbetriebs in Q3 und der Covid-19-bedingten Beschränkungen des Winters 2021/22
- Nach einem starken Abschluss des Sommerprogramms 2022 beliefen sich die Gesamtbuchungen auf 13,7 Mio. Im Q4 lag die Gästezahl bei 93% des Niveaus des Vergleichs quartals im GJ19 bei einer hohen Auslastung der Airline von 92%
- Im Q4 stieg der Konzernumsatz gegenüber dem Vorjahr um 4,2 Mrd. € auf 7.6 Mrd. €. Dies spiegelt die Nachfragestärke und die Rückkehr zu einem normalisierteren Umfeld in der Reisebranche wider
- Im Q4 wurde ein bereinigtes EBIT von mehr als 1 Mrd. € erzielt; ohne die Auswirkungen der zusätzlichen Kosten aus Flugbetriebsstörungen (58 Mio. €) belief sich das bereinigte EBIT auf 1,1 Mrd. €
 - Das Segment Hotels & Resorts erzielte zum fünften Mal in Folge ein positives bereinigtes EBIT und zum zweiten Mal in Folge einen Anstieg des Quartalsergebnisses gegenüber dem Niveau des GJ19
 - Das Segment Kreuzfahrten erzielte eine erhebliche Verbesserung und zum zweiten Mal in Folge ein positives Quartal, in dem TUI Cruises zum zweiten Mal ein positives Ergebnis nach Steuern erzielte
 - Der Geschäftsverlauf von TUI Musement entsprach der Erholung im Bereich Märkte & Airlines bei erheblichem Wachstum der Zahl verkaufter Urlaubserlebnisse
 - Im Bereich Märkte & Airlines trugen alle Regionen zu dem ersten positiven bereinigten EBIT seit Ausbruch der Pandemie bei. Erwartungsgemäß lagen die zusätzlichen Kosten aus Flugbetriebsstörungen weiterhin auf einem erhöhten Niveau, verbesserten sich jedoch weiterhin im Verlauf des Q4
- Positives Konzernergebnis (Ergebnis nach Steuern nach Minderheiten) von 799 Mio. €. Dies unterstreicht die starke Geschäftsentwicklung im Sommer
- Solider operativer Cash Flow im Q4 trägt zu starkem operativen Cash Flow von 1,7 Mrd. € im GJ22 bei
- Nettoverschuldung von 3,4 Mrd. € am Jahresende
 - Deutliche Verbesserung um 1,5 Mrd. € gegenüber 5,0 Mrd. € im Vorjahr
 - Netto-Leverage verbesserte sich auf 3,2x, deutlich unter dem Headroom Covenant von 4,5x
- Starke Liquiditätsposition von 3,7 Mrd. €¹ zur Abdeckung der für den Winter typischen Saisonalität
- Das im Bereich Märkte & Airlines geplante Winterprogramm 2022/23 entspricht annähernd dem Vor-Pandemie-Niveau. Buchungen für die Wintersaison liegen bei 134%² gegenüber dem Vorjahreswinter und bei 84% der Niveaus im Winter 2018/19, ein Anstieg um 6 Prozentpunkte gegenüber dem Buchungsupdate. Die Durchschnittspreise halten sich auf einem hohen Niveau mit einem Anstieg um +28% gegenüber dem Winter 2018/19 und +7% gegenüber dem Winter 2021/22; dies wird dazu beitragen, die Auswirkungen der Wechselkursvolatilität und des stärkeren inflationären Umfelds abzufedern
- Im Bereich Urlaubserlebnisse hat sich die positive Buchungsdynamik bis in das GJ23 fortgesetzt; die Gästezahlen und gebuchten Auslastungen liegen in allen Segmenten erheblich über dem Vorjahresniveau
- Update zu Staatshilfen³
 - Vereinbarung mit dem WSF zur Rückzahlung der stillen Beteiligung I sowie der Optionsanleihe, neben erheblicher Rückführung der KfW RCF, erzielt

Annahmen für das GJ23⁴

- Vor dem Hintergrund des anhaltenden Trends zu kurzfristigen Buchungen und der erheblichen Unsicherheit in den Märkten wird ein erheblicher Anstieg des bereinigten EBIT erwartet

WESENTLICHE FINANZKENNZAHLEN FÜR DAS Q4 GJ22 Q4 (IFRS 16)

Gesamtjahr zum 30. September			
Mio. €	Q4 2022	Q4 2021	Veränd.
Umsatz	7.614	3.366	+4.248
Bereinigtes EBIT ⁵	1.039	-97	+1.136
Berichtetes EBIT ⁶	977	34	+943
Ergebnis/(Verlust) vor Steuern	887	-71	+958
Anteil der Aktionäre der TUI AG am Konzernergebnis	799	-58	+857
Bereinigtes Ergebnis/Verlust pro Aktie	0,42 €	-€0,20	+0,62 €
Netto-Verschuldung	-3.436	-4.954	+1.518

ERGEBNISSE Q4 GJ22

- Das Sommerprogramm schloss erfolgreich mit insgesamt 13,7 Mio. Gästen, die mit TUI in den Urlaub reisten. Im Q4 lagen die Gästezahlen bei 93% des Niveaus des Sommers 2019 bei einer hohen Auslastung der Airline von 92%
- Alle Segmente erzielten erstmals seit der Pandemie ein positives Quartals-EBIT, unterstützt durch die Rückkehr zu einem normalisierteren Umfeld in der Reisebranche. Dies stellte die Stärke unseres integrierten Geschäftsmodells und unseres Vertriebs unter Beweis
- Im Q4 betrug das bereinigte EBIT mehr als 1 Mrd. €; ohne die Auswirkungen zusätzlicher Kosten aus Flugbetriebsstörungen (58 Mio. €) lag das bereinigte EBIT bei 1,1 Mrd. €

Bereinigtes EBIT Q4 in Mio. €	Q4 GJ22	Q4 GJ21	Veränderung
Hotels & Resorts	291	116	+175
Kreuzfahrten	103	-43	+146
TUI Musement	39	-9	+47
Urlaubserlebnisse	433	64	+368
Region Nord	344	-258	+602
Region Zentral	140	49	+91
Region West	128	71	+57
Märkte & Airlines	612	-138	+750
Alle übrigen Segmente	-5	-23	+18
TUI Group Gesamt	1.039	-97	+1.136

- **Das Segment Hotels & Resorts verzeichnete eine starke operative Erholung im Zuge der Lockerung der Covid-19-bedingten Reisebeschränkungen und erzielte zu fünften Mal in Folge ein positives Quartal und zum zweiten Mal in Folge ein Quartalsergebnis über dem GJ19-Niveau**
 - Unser Hotelbestand ist im Hinblick auf das Produktangebot, das Zielgebietsportfolio und die Eigentumsmodelle gut diversifiziert und weist dank des Mehrkanal-Vertriebs in einer Reihe von Quellmärkten im Bereich Märkte & Airlines mit Direktvertrieb an eigene Gäste sowie an Dritte wie Online-Reisebüros (OTAs) große Vorteile auf. Dies hat sich in dem aktuellen Umfeld als klarer Erfolgsfaktor erwiesen. Beliebte Reiseziele in dem wichtigen Sommerquartal waren die Türkei, die Kanaren, die Balearen und Mexiko, wo hohe Auslastungen erzielt wurden
 - Zum 30. September 2022 waren 344 Hotels in Betrieb (ca. 97% der 353 Konzernhotels). Dies war ein Anstieg gegenüber den 331 Hotels am Ende des Vorjahres. Damit konnten wir unseren Gästen im Sommer ein nahezu vollständiges Portfolio anbieten
 - Infolgedessen stieg das bereinigte EBIT im Q4 um +175 Mio. € auf 291 Mio. € gegenüber dem Vorjahr; damit erzielten wir zum fünften Mal in Folge seit Ausbruch der Pandemie ein positives Quartalsergebnis und zum zweiten Mal in Folge ein Ergebnis über dem GJ19-Niveau
 - Im Q4 stieg die Auslastung gegenüber dem Vorjahr um 27 Prozentpunkte auf 92% und erreichte damit das Vor-Pandemie-Niveau. Aufgrund des Mix und der Verbesserung der Preise im Zuge der Erholung der Gästezahlen stieg der Durchschnittserlös pro Bett um 10% auf 80 €

- **Kreuzfahrten – Anhaltende Erholung im Q4 mit starker Verbesserung des Gewinns und Betrieb der vollständigen Flotte von sechzehn Schiffe**
 - Das Segment Kreuzfahrten verzeichnete im Q4 ein bereinigtes EBIT von 103 Mio. € (Q4 GJ21 Verlust von 43 Mio. €). Die Verbesserung gegenüber dem Vorjahr um 146 Mio. € wird durch die Rückkehr der Flotte in den Vollbetrieb bei allen drei Kreuzfahrtmarken getragen. TUI Cruises erzielte zum zweiten Mal in Folge ein positives Quartal auf Basis des Ergebnisses nach Steuern mit 66 Mio. €. Mein Schiff und Hapag-Lloyd Cruises boten Routen im Mittelmeer, in Nordeuropa sowie rund um die Welt mit einer Flotte von zwölf Schiffen an. Marella betrieb mit ihrer Flotte von vier Schiffen Routen im Mittelmeer
 - Die Zahl verfügbarer Passagiertage der Kreuzfahrten lag mit 2,4 Mio. um 30% über dem Vorjahr. Die Auslastungsraten erholten sich im Laufe des Jahres weiter und beliefen sich bei unseren Kreuzfahrtmarken in Q4 auf 80% bis 93% im Vergleich zu 39% bis 53% im Vorjahresvergleichszeitraum; zugleich verbesserten sich die Raten erheblich gegenüber dem Vorjahr

- **TUI Musement verzeichnete dank der Lockerung der Reisebeschränkungen einen Anstieg der Gästezahlen in diesem Sommer gegenüber dem Vorjahr. Die Gästezahlen wurden insbesondere durch unser Geschäft im Bereich Märkte & Airlines getrieben**
 - TUI Musement, unser Geschäft mit Touren und Aktivitäten, verzeichnete im Q4 ein bereinigtes EBIT von 39 Mio. €, eine Verbesserung um 47 Mio. € gegenüber dem Vorjahr. Dies entspricht der Annäherung der Rahmenbedingungen für Reisen an das Vor-Pandemie-Niveau in unseren globalen Destinationen. Der Anstieg spiegelt den Vorteil unseres integrierten Geschäftsmodells und das Wachstum von Drittverkäufen über die TUI Musement-Plattform wider
 - TUI Musement führte für die Gäste 11 Mio. Transfers in ihren Destinationen durch. Im Vorjahresvergleichsquarter lag diese Zahl bei 5 Mio. Außerdem wurden im Berichtsquarter 3,2 Mio. Erlebnisse verkauft. Dies war mehr als eine Verdreifachung gegenüber dem Vorjahr (Q4 Vorjahr 1,0 Mio.), die den bislang erzielten erheblichen Ausbau unseres Geschäfts in diesem Segment bestätigte
 - Unsere digitale Transformation bei TUI Musement wird weiter beschleunigt und gestärkt. Unser „Digital First“-Servicemodell wurde angepasst, um unsere Kundenorientierung auf allen Kanälen weiterhin zu gewährleisten und unseren Gästen bei Bedarf persönlich und über unsere eigene TUI-App Unterstützung und Expertise vor Ort zu bieten

- **Märkte & Airlines – Alle Regionen trugen zu einem ersten positiven Quartalsergebnis beim bereinigten EBIT seit Ausbruch der Pandemie bei**
 - Unser Bereich Märkte & Airlines erzielte im Q4 eine Verbesserung beim bereinigten EBIT um 750 Mio. € auf 612 Mio. € (Q4 GJ21 Verlust von 138 Mio. €). Zu diesem ersten positiven bereinigten EBIT seit Ausbruch der Pandemie trugen alle Regionen bei, unterstützt durch einen deutlichen Nachholbedarf nach Urlaubsreisen im Rahmen der im Sommer verzeichneten Rückkehr zu einem normalisierten Umfeld in der Reisebranche auf das Vor-Pandemie-Niveau. In dem Ergebnis sind die Kostenauswirkungen in Höhe von 58 Mio. € aus zusätzlichen operativen Flugbetriebsstörungen im Berichtsquarter, insbesondere in der Region Nord, sowie Einsparungen verarbeitet, die in allen Quellmärkten aus dem Global Realignment Programme erzielt wurden
 - Im Q4 reisten insgesamt 7,6 Mio. Kunden mit uns. Damit verdoppelten sich die Gästezahlen gegenüber dem Vorjahr, da die Nachfrage in allen Quellmärkten und insbesondere in UK anstieg. Die Gästezahlen lagen im Q4 bei 93% des Niveaus des entsprechenden Quartals 2019. Die Airline erzielte eine hohe Auslastung der Airline mit 92%
 - Destinationen auf der Kurz- und Mittelstrecke wie Griechenland, die Türkei, die Balearen und die Kanaren waren bei unseren Gästen im Sommer weiterhin sehr beliebt. Auch Fernziele wie Mexiko und die Dominikanische Republik verzeichneten einen Anstieg der Nachfrage
 - Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Anteil des Direktvertriebs bzw. des Onlinevertriebs auf 77% (von 72%) bzw. 53% (von 49%)

GLOBAL REALIGNMENT PROGRAMME VOLLSTÄNDIG UMGESETZT – GEPLANTE EINSPARUNGEN VON JÄHRLICH CA. 400 MIO. € BIS GJ23, ZU 80% BIS GJ22 REALISIERT

Im Mai 2020 gaben wir unser Global Realignment Programme bekannt. Ziel ist die Realisierung von konzernweiten jährlichen Kosteneinsparungen von ca. 400 Mio. € bis zum GJ23. Das Programm wurde erfolgreich umgesetzt und 7T MAK-Rollen wurden abgebaut. Die Realisierung der Einsparungen wurde beschleunigt und im Geschäftsjahr zum 30. September 2022 wurden ca. 80% der geplanten Einsparungen realisiert. Die verbleibenden 20% werden im GJ23 erzielt. Der Großteil

der Einsparungen (ca. 85% der bisherigen Einsparungen) wurden im Bereich Märkte & Airlines erzielt, insbesondere durch Reduzierungen unserer Vertriebskostenbasis und eine Verkleinerung unserer Flugzeugflotte. Weitere Einsparungen wurden bei TUI Musement, im Bereich Hotels & Resorts und im Bereich Alle übrigen Segmente erzielt. Verbleibende Umstrukturierungskosten von 15 Mio. € wurden im GJ22 verbucht

Dank der Umsetzung unseres Programms zum Global Realignment Programme in Kombination mit einer beschleunigten Digitalisierung, dem Ausbau unseres Geschäftsfeldes Erlebnissen und dem Wachstum durch Asset-Right-Finanzierungsstrukturen kann TUI stärker, schlanker, digitaler und agiler aus der Transformation hervorgehen und ist gut gerüstet, die Wachstumschancen zu nutzen.

NETTOVERSCHULDUNG & LIQUIDITÄT

Zum 30. September 2022 belief sich die Nettoverschuldung auf 3,4 Mrd. €. Dies war eine deutliche Verbesserung um 1,5 Mrd. € gegenüber 5,0 Mrd. € im Vorjahr.

Das Netto-Leverage hat sich auf 3,2x verbessert und ist somit deutlich unter dem Headroom Covenant von 4,5x.

Wir verfügen über eine starke Liquiditätsposition von 3,7 Mrd. €¹, die gewährleistet, dass wir für die verbleibende Wintersaison und die typische Saisonalität des Wintergeschäfts gut gerüstet sind.

BUCHUNGSENTWICKLUNG

Hotels & Resorts – Für das H1⁷ sank die Zahl verfügbarer Übernachtungen in unseren Hotels gegenüber dem Vorjahr um -2% aufgrund einiger Hotelrenovierungen. Für den gleichen Zeitraum sind die gebuchten Auslastungen bislang um +9 Prozentpunkte auf 57% gestiegen. Auch die durchschnittlichen Tagesraten sind gegenüber dem Vorjahr erheblich gestiegen. Die starke Geschäftsentwicklung wird weiterhin von RIU-Hotels getrieben. Ende Oktober waren 266 Hotels in Betrieb (75% des Gesamtportfolios konzerneigener Hotels), da einige unserer Kurzstreckendestinationen am Mittelmeer während der Wintermonate schließen. Dieser Anteil geöffneter Häuser zum aktuellen Stand der Saison entspricht dem Vor-Pandemie-Niveau. Wir erwarten, dass Ganzjahresdestinationen wie die Kanaren, die Karibik und die Kapverden sowohl für unseren Bereich Märkte & Airlines als auch für Drittkunden wichtige Winterdestinationen bleiben. Hier erweist sich unser diversifiziertes und integriertes Geschäftsmodell im aktuellen Umfeld als klarer Vorteil.

Kreuzfahrten – Wir verzeichnen weiterhin eine starke Nachfrage nach unseren einzigartigen Kreuzfahrtmarken, die unseren Kunden in dem aktuellen inflationären Umfeld ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten. Der Spätbucheranteil an den Gesamtbuchungen ist nach wie vor hoch, jedoch wächst erfreulicherweise mit der weiter zunehmenden Kundenzuversicht der Anteil an mittelfristigen Buchungen. Infolgedessen liegt die Zahl verfügbarer Passagiertage bei den Kreuzfahrten für das H1 2023 um +21%⁷ und die Auslastung um +37 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert und entwickelt sich, für viele Kreuzfahrten, weiter in Richtung der zuletzt 2019 erzielten Höchstmarken. Die für 2023 gebuchten Raten liegen bei allen Marken über dem Vor-Pandemie-Niveau. Mein Schiff und Hapag-Lloyd Cruises betreiben ihre gesamte Flotte aus zwölf Schiffen und bieten Routen zu den Kanaren, in die Karibik und um die Welt an. Erstmals seit Ausbruch der Pandemie werden im Winter wieder Ziele in Asien angelaufen. Marella, unser britisches Kreuzfahrtgeschäft, betreibt alle vier Schiffe ihrer Flotte und bietet im Winter 2022/23 Routen in der Karibik (drei Schiffe) und um die Kanaren (ein Schiff) an.

TUI Musement – Wir profitieren weiterhin von dem Vorteil unseres integrierten Geschäftsmodells und dem Wachstum von Drittverkäufen über die TUI Musement-Plattform. TUI Musement ist einer der größten digitalen Anbieter im Online-Vermittlermarkt für Reiseerlebnisse. Das Transfer-Geschäft bietet unseren Gästen in den Destinationen eine Dienstleistung an und wird sich voraussichtlich im Einklang mit dem Betrieb und den Kapazitäten im Bereich Märkte & Airlines entwickeln. Außerdem ist der Vertrieb von Reiseerlebnissen gegenüber dem Vorjahr um 75%⁷ gestiegen, getrieben durch die Normalisierung der Rahmenbedingungen in der Reisebranche, ein erweitertes Produktangebot und unseren diversifizierten Vertrieb (TUI, B2C und B2B).

Märkte & Airlines – Wir planen, das Winterprogramm 2022/23 nahezu auf Vor-Pandemie-Niveau zu betreiben. Die Auswirkungen des Ukrainekriegs und der anhaltenden Covid-19-Pandemie verursachten weiterhin Unsicherheiten in den Märkten, die zu Preisaufrtrieb, insbesondere im Energiesektor, und zu Wechselkursvolatilität führen. Wir verfolgen die Auswirkungen des aktuellen makroökonomischen Umfelds auf unser Winterprogramm sehr genau und behalten uns die Möglichkeit vor, Kapazitäten flexibel an die Kundennachfrage anzupassen. Die Buchungsentwicklung unterstützt unsere Erwartungen mit einem aktuellen Buchungsstand von 2,8 Mio.² für die Wintersaison; bislang ist das Programm bereits zu 54% verkauft. Infolgedessen entsprechen die Buchungen 134% des Buchungsstands des Winters 2021/22 und 84% des Niveaus des Winters 2018/19 und liegen somit leicht über dem von uns am 20. September in unserem Buchungsupdate angegebenen Wert von 78%. Seit unserem Buchungsupdate von September sind die Buchungen um 1,5 Mio. gestiegen. In UK ist der Markt

mit einem Anstieg der Buchungen um +5% und der Durchschnittspreise um +23% gegenüber dem Winter 2018/19 nach wie vor am weitesten fortgeschritten. Der Trend zu einem höheren Anteil an kurzfristigen Buchungen setzt sich im Winter fort. Insgesamt lagen die Gästezahlen in den letzten vier Wochen annähernd auf dem Niveau des Winterprogramms 2018/19 mit -4%. Die Durchschnittspreise liegen gegenüber dem Winter 2018/19 um +28% höher (verglichen mit der im September veröffentlichten Angabe von +26%) und gegenüber dem Winter 2021/22 um +7% höher. Diese Entwicklung wird dazu beitragen, die Auswirkungen der Wechselkursschwankungen und des aktuell stärkeren inflationären Umfelds abzufedern.

NACHHALTIGKEIT (ESG)

Vorstandsvorsitzender, Sebastian Ebel, erklärt: „Schon heute betreiben wir einige der effizientesten Flugzeuge, Kreuzfahrtschiffe und Hotels. Unser Ziel ist es, bei der Realisierung von Netto-Null-Emissionen Branchenführer zu sein, und dieses Ziel wollen wir für alle Konzerngesellschaften weit vor dem Jahr 2050 erreichen.“

TUI verfügt über die Kenntnisse, Fähigkeiten und Erfolgsbilanz bei der Realisierung von Wandel. Wir sind weiterhin branchenführend und gestalten aktiv eine nachhaltigere Zukunft für den Tourismus in allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit (sozial, ökologisch, ökonomisch).

Unsere Nachhaltigkeitsagenda umfasst drei Bausteine, um die Nachhaltigkeitstransformation voranzutreiben

- People – Förderung positiver Auswirkungen in den Destinationen und Vermittlung von Handlungskompetenzen für eine Generation von Changemakern
- Planet – Verpflichtung zu wissenschaftsbasierten Emissionsreduktionszielen für die Fluggesellschaft, Kreuzfahrtgesellschaften und Hotels
- Progress – Partnerschaften mit anderen, um den Wandel voranzutreiben – branchenführende Standards und Schaffung einer nachhaltigen Destination der Zukunft

STRATEGISCHE PRIORITÄTEN, ANNAHMEN FÜR DAS GJ23 & MITTELFRISTIGE 2025/26 ZIELE

- TUIs Strategie zielt darauf ab, Wachstum in den Bereichen Urlaubserlebnissen und Märkte & Airlines zu erzielen, eingebettet in ein zentrales Kunden-Ökosystem, getragen durch unsere Nachhaltigkeitsagenda und unsere Mitarbeitenden. Unsere Geschäftsstrategie für den Bereich Urlaubserlebnisse konzentriert sich auf Asset-Right-Wachstum bei differenzierten Hotels und Kreuzfahrtschiffen und den Ausbau der Kundenbasis durch Mehrkanal-Vertrieb. Nachdem wir während der Pandemie unsere strategische Transformation im Bereich Märkte & Airlines beschleunigt und die Ziele unseres Global Realignment Programme realisiert haben, fokussiert sich unsere Geschäftsstrategie jetzt auf profitables Wachstum. Dies wird durch den Ausbau des Produktangebots, die Ausweitung unseres Kunden-Ökosystems auf bislang unerschlossene Segmente und die Steigerung des Kundenwerts erreicht. Dies beinhaltet den Ausbau des Volumens und des Anteils dynamisch beschaffter Pakete sowie die deutliche Ausweitung unseres Angebots an Komponenten in den Bereichen Nur-Hotel und Nur-Flug.
- Eine weitere Verbesserung unserer Cash-Position mit Schwerpunkt auf der Optimierung des Working Capital und dem Cashflow aus dem operativen Geschäft sowie die Fortsetzung disziplinierter Investitionen in Sachanlagen, unterstützt durch Asset-Right-Wachstum. Darüber hinaus werden wir unsere Verschuldung und die Staatshilfen der deutschen Regierung weiter zurückführen, um zu einer soliden und gesunden Bilanz zurückzukehren und unser Bonitätsrating zu verbessern.
- Annahmen für das GJ23⁴ – Vor dem Hintergrund des anhaltend kurzfristigen Buchungsumfelds & der erheblichen Unsicherheit in den Märkten erwarten wir einen signifikanten Zuwachs des bereinigten EBIT
- Mittelfristige Ziele bis 2025/26 – Wir haben eine klare Strategie zur Beschleunigung eines profitablen Marktwachstums. Wir erwarten einen signifikanten Anstieg des bereinigten EBIT, aufbauend auf einem Ergebnis von 1,2 Mrd. €⁸ und zielen auch auf eine Brutto-Leverage Ratio⁹ von deutlich unter 3.0x ab

WESENTLICHE FINANZKENNZAHLEN FÜR DAS GJ22 (IFRS 16)

Gesamtjahr zum 30. September			
Mio. €	2022	2021	Veränderung
Umsatz	16.545	4.732	+11.813
Bereinigtes EBIT ⁵	409	-2.075	+2.484
Berichtetes EBIT ⁶	320	-2.013	+2.333
Vorsteuerverlust ¹⁰	-146	-2.462	+2.316
Anteil der Aktionäre der TUI AG am Konzernverlust	-277	-2.467	+2.190
Bereinigter Verlust pro Aktie ¹¹	-0,07 €	-2,28 €	+2,22
Nettoverschuldung	-3.436	-4.954	+1.467

ERGEBNISSE GJ22

Bereinigtes EBIT im GJ in Mio. €	FY22	FY21	Veränderung
Hotels & Resorts	481	-153	+633
Kreuzfahrten	1	-278	+278
TUI Musement	23	-105	+128
Urlaubserlebnisse	505	-535	+1.040
Region Nord	-102	-966	+864
Region Zentral	88	-329	+416
Region West	-32	-177	+145
Märkte & Airlines	-45	-1.471	+1.426
Alle übrigen Segmente	-51	-69	+19
TUI Group Gesamt	409	-2.075	+2.484

¹ Verfügbare Liquiditätsposition definiert als verfügbare Barmittel zzgl. zugesagte Linien einschließlich Finanzierungspakete zum 30. September 2022

² Buchungsstand 4 Dezember 2022 im Vergleich zum (nicht durch C-19 belasteten) Winterprogramm 2018/2019; eingeschlossen sind sämtliche Buchungen für fest eingekaufte und Pro-Rata-Kapazitäten sowie Änderungen und Umbuchungen von Gutscheinen

³ Siehe weitere Details in der Ad-Hoc Veröffentlichung vom 13. Dezember 2022

⁴ Basierend auf konstanten Wechselkursen und nach Umsetzung von IFRS 16

⁵ Das bereinigte EBIT wurde um Abgangsergebnisse aus Finanzanlagen, wesentliche Gewinne und Verluste aus dem Verkauf von Vermögenswerten und wesentliche Restrukturierungs- und Integrationsaufwendungen bereinigt. Zusätzlich ist diese Kennzahl um die Effekte aus Kaufpreisallokationen, Erwerbsnebenkosten und bedingte Kaufpreiszahlungen bereinigt

⁶ Das berichtete EBIT umfasst das Ergebnis vor Nettozinsergebnis, Steuern vom Einkommen und vom Ertrag und dem Ergebnis aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten

⁷ Buchungszahlen für das H1 2023 im Vergleich zu den Buchungszahlen für das H1 2022, Stand 4 Dezember 2022

⁸ GJ19A bereinigtes EBIT in Höhe von 893 Mio. € einschließlich der Belastung aus dem Flugverbot für die Boeing MAX in Höhe von 293 Mio. €

⁹ Definiert als Bruttoverschuldung (Finanzverbindlichkeiten einschließlich Leasingverbindlichkeiten & Netto-Pensionsverbindlichkeiten, geteilt durch EBITDA/R

¹⁰ Für eine Überleitung vom Verlust/Gewinn vor Steuern auf die Kennzahl bereinigtes EBIT verweisen wir auf Seite 62 des Geschäftsberichts

¹¹ Für die Berechnung des bereinigten Gewinns/Verlusts pro Aktie verweisen wir auf Seite 33 des Geschäftsberichts

GESCHÄFTSBERICHT UND VIDEO-WEBCAST FÜR INVESTOREN & ANALYSTEN ZU DEN ERGEBNISSEN FÜR DAS GJ22

Unser Geschäftsbericht für das Geschäftsjahr 2022 und der Foliensatz für die begleitende Präsentation zu den Geschäftsjahreszahlen finden sich auf unserer Website unter <https://www.tuigroup.com/en-en/investors/reports-and-presentations>. Ein Video-Webcast für Investoren und Analysten findet heute um 9.30 h GMT / 10.30 h MEZ statt. Nähere Angaben zu dem Webcast werden über den gleichen Link auf unserer Website bereitgestellt.

KONTAKT FÜR ANALYSTEN & INVESTOREN

Nicola Gehrt, Group Director Investor Relations

Tel.: +49 (0) 511 566 1435

Adrian Bell, Senior Investor Relations Manager

Tel.: +49 (0) 511 566 2332

James Trimble, Investor Relations Manager

Tel.: +44 (0) 1582 315 293

Stefan Keese, Investor Relations Manager

Tel.: +49 (0) 511 566 1387

Anika Heske, Junior Investor Relations Manager

Tel.: +49 (0) 511 566 1425