

12.05.2021 - 08:11 Uhr

## TUI erwartet starke Urlaubssaison 2021: TUI-Online-Buchungen steigen: 56 Prozent im ersten Halbjahr

*Hannover (ots) -*

TUI erwartet starke Urlaubssaison 2021: Aktuell wollen rund 70 Prozent der Befragten verreisen - Steigende Impffzahlen und Testkonzepte ermöglichen sicheren Neustart des Tourismus in Europa / TUI setzt Transformation im ersten Halbjahr konsequent fort: Effizienzprogramm und Digitalisierung im Fokus / TUI-Online-Buchungen steigen: 56 Prozent im ersten Halbjahr - Strenge Kostendisziplin begrenzt Halbjahresminus / Investoren unterstreichen bei Kapitalerhöhung und Bond-Platzierung Vertrauen in TUI-Strategie und schaffen Basis für Refinanzierungen

- Buchungen Sommer 2021 bleiben mit 2,6 Millionen auf hohem Niveau - starker Nachfragetrend: Verdopplung der wöchentlichen Neubuchungen im April, Neubuchungen Sommer 22 seit März: +109 Prozent
- Komplettes 1. Halbjahr 2021 wie erwartet durch COVID-19 Beschränkungen geprägt - Fokus auf globaler Neuausrichtung Transformation und Digitalisierung
- Umsatz im 1. Halbjahr 2021 aufgrund fortgesetzter massiver Reisebeschränkungen bei 716 Millionen Euro (Vorjahr: 6,6 Milliarden Euro)
- Strenge Kostendisziplin und Effizienzprogramm begrenzen Verlust: Bereinigtes EBIT mit -1,3 Milliarden Euro im 1. Halbjahr 2021 besser als erwartet (Vorjahr: -795 Millionen Euro)
- TUI verfügt über liquide Mittel in Höhe von 1,7 Milliarden Euro (Stand: 7. Mai 2021) [1]
- Vorstandsvorsitzender Fritz Jousen: "Urlaub steht nach den Monaten der Pandemie ganz oben auf der Wunschliste der Europäer. Buchungen und Buchungstrends zeigen: Der Urlaub am Mittelmeer, in der Ägäis und auf dem Schiff wird für viele Familien in den nächsten Wochen wieder möglich. Aktuell wollen rund 70 Prozent der Befragten verreisen. Insbesondere England bietet Potenzial, wenn auch dort in den nächsten Wochen neue Reise-Korridore nach Südeuropa öffnen. Freiheit und Verantwortung, Testen, Impfen und wirksame Hygiene-Konzepte sind die Basis für einen sicheren Urlaub 2021. Europäische Ziele im Fokus, Griechenland, Kanaren und Balearen liegen vorn in der Präferenz."

Der Urlaub rückt für die Europäer näher. Rund 70 Prozent haben bereits gebucht oder wollen dies tun[2]. Bei einem Pilotprojekt von TUI und RIU mit der Regierung der Niederlande haben sich für die verfügbaren 180 Plätze 60.000 Urlauber an einem einzigen Tag registriert. Das zeigt die Relevanz des Themas Urlaub und die guten Perspektiven bei Rückkehr zu mehr Normalität und Reise-Freiheit in diesen Wochen. Viele europäische Länder haben große Fortschritte bei der Bewältigung der Pandemie gemacht. Die Reise-Erfahrungen der letzten Wochen zeigen, die Gäste nehmen Abstands- und Hygieneregeln ernst und verhalten sich sehr verantwortungsvoll.

Fritz Jousen, Vorstandsvorsitzender der TUI Group: "Die Perspektiven im Frühsommer 2021 stimmen mich für den Tourismus und für die TUI optimistisch. Sie sind deutlich besser als im ersten Pandemiejahr 2020. Wissenschaft und Mediziner kennen das Virus, es gibt Impfstoffe mehrerer Hersteller, die Impfkampagnen wirken überall in Europa und überall sind Schnelltests heute verfügbar. Es wurde in den letzten 14 Monaten viel durch die Programme der Regierungen und die Disziplin von uns allen erreicht. Das gesamte TUI Ökosystem von der Beratung und Buchung, über den Flug, Transport und das Hotel ist heute noch stärker auf Qualität, Komfort und Sicherheit ausgerichtet. Die Inzidenzwerte in wichtigen Destinationen sinken kontinuierlich. Die Balearen und Kanaren liegen deutlich unter 50. Die Öffnung von Mallorca über die Ostertage mit tausenden TUI Gästen hat gezeigt, dass sicherer und erholsamer Urlaub in Zeiten der Pandemie möglich ist. TUI begrüßt die Aussagen der Bundeskanzlerin und der deutschen Regierung, dass Urlaub in Europa für Geimpfte und Ungeimpfte möglich sein wird. Das gibt den Familien jetzt Sicherheit und Verlässlichkeit bei der Buchung und stützt den lokalen Tourismus und auch die Länder Südeuropas. Wir stehen jetzt am Anfang des erwarteten Neustarts. Der Aufwind ist spürbar, das sind Chancen für den Tourismus und für die TUI."

TUI hat das 1. Halbjahr des Geschäftsjahres 2021 vor dem Hintergrund fortgesetzter europaweiter Lockdowns und weiterhin bestehender massiver Reisebeschränkungen genutzt, die Transformation und Neuausrichtung weiter massiv voranzutreiben. Stärker, digitaler und effizienter wird TUI aus dieser Krise hervorgehen, gleichzeitig sollen Qualität und Service durch mehr digitale Services ausgebaut werden.

### **Kennzahlen 1. Halbjahr 2021: Verlust eingegrenzt durch konsequente Kostendisziplin und Fortsetzung Neuausrichtung - Mittelabfluss auf stabilem Niveau**

Im Berichtszeitraum hat der Konzern die konsequente Kostendisziplin weiter fortgeführt. Die Neuausrichtung mit Fokus auf die Transformation und konzernweite Digitalisierung wurden ebenfalls weiter vorangetrieben. Der monatliche Mittelabfluss blieb insbesondere im zweiten Geschäftsquartal (Januar bis März 2021) mit durchschnittlich rund 300 Millionen Euro auf stabilem Niveau. Das bereinigte EBIT konnte somit im Berichtszeitraum auf -1,3 Milliarden Euro begrenzt werden (von der Pandemie geringer beeinflusstes 1. Halbjahr 2020: -795 Millionen Euro). Da die massiven Reisebeschränkungen im Berichtszeitraum weiter Bestand hatten, erreichte der Umsatz 716 Millionen Euro (Vorjahr: 6,6 Milliarden Euro). Anders als im Geschäftsjahr 2020 fallen im Geschäftsjahr 2021 diesmal alle sechs Monate des ersten Halbjahres unter die vollen Beschränkungen der Pandemie.

## **Investoren unterstützen TUI Strategie: Doppelt überzeichnete Wandelanleihe erreicht Volumen von 400 Millionen Euro**

Nach der erfolgreichen Bezugsrechtekapitalerhöhung zu Beginn des Jahres hat der Konzern im April 2021 eine zusätzliche Finanzierung am Kapitalmarkt abgeschlossen. Die fast doppelt überzeichnete Emission einer Wandelanleihe erreichte ein Volumen von

400 Millionen Euro und soll insbesondere der Refinanzierung von Krediten aus den staatlichen Corona-Stabilisierungspaketen dienen. Jousen: "Die erfolgreiche Platzierung der Anleihe war ein wichtiger erster Schritt, um unsere Kapitalstruktur anzugehen. Eine gute Sommersaison wird bei Refinanzierungsmaßnahmen hilfreich. Die staatliche Begleitung des Konzerns hilft uns, aber es sind verzinst Kredite, keine Geschenke. Ein klares Signal nehmen wir vom Kapitalmarkt mit: der Tourismus bleibt international ein Wachstumsmarkt und die Investoren vertrauen unserem Geschäftsmodell und unterstützen die Strategie der TUI. Die Neuausrichtung des Konzerns mit strenger Kostendisziplin und einem Effizienzprogramm läuft, die Transformation und Digitalisierung haben wir beschleunigt. Der Tourismus wird sich erholen und die TUI nach der Pandemie digitaler, schlanker und effizienter sein."

## **Sommer 2021: Buchungstand mit 2,6 Millionen weiterhin hoch, starker Nachfrageanstieg in den vergangenen Wochen - Durchschnittspreise +22 Prozent**

Die Nachfrage nach Sommerurlaub hält sich weiterhin auf einem hohem Niveau. Für den Sommer 2021 verzeichnet TUI insgesamt 2,6 Millionen Buchungen - damit liegen diese 69 Prozent niedriger als zum vergleichbaren Zeitpunkt für den Sommer 2019. Die Durchschnittspreise sind 22 Prozent höher als für den Sommer 2019 aufgrund des hohen Anteils an Pauschalreisepaketen bei den aktuellen Buchungen. Die Kapazität für die Kernmonate des Sommerprogramms 2021 entspricht weiterhin rund 75 Prozent des Programms vom Sommer 2019. Das Anziehen der Nachfrage macht sich in den vergangenen Wochen deutlich bemerkbar: Mit klareren und positiveren Anzeichen für einen baldigen Neustart haben sich die Neubuchungen seit April verdoppelt. Auch für den übernächsten Sommer 2022 zeigen die Buchungen eine gute Entwicklung: UK verzeichnet seit Ende März 2021 ein Plus von 109 Prozent.

## **TUI-Reise bleibt in der Pandemie die sicherste Reiseform - Inzidenzwert von <1 seit erstem Neustart in Sommer 2020**

Der Pauschalreise kommt in der Pandemie weiterhin eine wichtige Rolle zu. Sie garantiert über alle Stufen des Reiseerlebnisses hohe Hygiene- und Sicherheitsstandards und ermöglicht so verantwortungsvolles Reisen auch in Zeiten der Pandemie. Das bestätigt auch die Corona-Inzidenz bei der TUI seit Ausbruch der Pandemie: Seit dem ersten Neustart im Sommer hat die TUI für rund 2,7 Millionen Gäste einen Urlaub ermöglicht. Dabei wurde auf 100.000 Gäste im Schnitt eine 7-Tage Inzidenz von <1 beobachtet (494 registrierte COVID-19 Fälle).

[1] Pro forma Stand 7. Mai 2021, einschließlich 3. Finanzierungspaket und Wandelanleihe

[2] NBTC Holiday Sentiment Monitor

Die Kennzahlentabellen sowie weitere Informationen finden Sie unter [www.tuigroup.com](http://www.tuigroup.com).

## **Über die TUI Group**

Die TUI Group ist der weltweit führende Touristikkonzern und weltweit aktiv. Sitz des Konzerns ist Deutschland. Die Aktie der TUI notiert im FTSE 250, dem Leitindex der Londoner Wertpapierbörse, sowie im Freiverkehr in Deutschland.

Der TUI Konzern bietet für seine 28 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 15 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 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.

Pressekontakt:

TUI Group  
Group Corporate & External Affairs  
Kuzey Alexander Esener  
Konzernkommunikation  
Tel. +49 (0) 511 566 6024  
[kuzey.esener@tui.com](mailto:kuzey.esener@tui.com)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100004222/100870451> abgerufen werden.