TUI AG

14.12.2022 – 08:35 Uhr

TUI Group: Starker Sommer sorgt für signifikant positives bereinigtes EBIT im Gesamtjahr und starkes 4. Geschäftsquartal mit bereinigtem EBIT von mehr als 1 Milliarde Euro

London/Hannover (ots) -

TUI Group: Starker Sommer sorgt für signifikant positives bereinigtes EBIT im Gesamtjahr und starkes 4. Geschäftsquartal mit bereinigtem EBIT von mehr als 1 Milliarde Euro / alle Segmente mit positivem Ergebnisbeitrag im 4. Quartal / Einigung mit WSF zur Rückführung der Corona-Hilfen / Refinanzierung über Kapitalerhöhung, Aktionäre entscheiden über Kapitalherabsetzung / Buchungslage Winter 2022/23 stabil, anhaltender Trend zu kurzfristigen Buchungen

- Gesamtjahr 2022: Umsatz auf 16,55 Milliarden Euro fast vervierfacht (Vorjahr: 4,73 Milliarden Euro) und bereinigtes EBIT mit 409 Millionen Euro wie angekündigt signifikant positiv (Vorjahr: -2,08 Milliarden Euro)
- Starker Sommer mit insgesamt 13,7 Millionen Gästen sorgt für positive Ergebnisbeiträge in allen Segmenten - Gästezahl im 4. Quartal erreicht mit 7,6 Millionen 93 Prozent des Niveaus vom 4. Quartal 2019 auf vergleichbarer Basis
- 4. Geschäftsquartal: Umsatz mit 7,61 Milliarden Euro mehr als verdoppelt (Vorjahr: 3,37 Milliarden Euro) - bereinigtes EBIT 1,04 Milliarden Euro, ohne die Kosten der zusätzlichen Flugunterbrechungen erreicht bereinigtes EBIT 1,1 Milliarden Euro
- Solider operativer Cashflow im 4. Quartal unterstützt operativen Cashflow von 1,7 Milliarden Euro im Gesamtjahr 2022 - Nettoverschuldung sinkt zum Jahresende deutlich auf 3,4 Milliarden Euro - nach 5,0 Milliarden Euro im Vorjahr
- Hohe Liquidität: 3,7 Milliarden Euro für saisonal typischen schwächeren Winter
- Holiday Experiences mit starker Entwicklung: bereinigtes EBIT 433 Millionen Euro (Vorjahr: 64 Millionen Euro), Hotels & Resorts mit fünftem positivem Quartal in Folge und wie im Vorquartal über Niveau von 2019, Kreuzfahrten und TUI Musement ebenfalls mit starken Ergebnisverbesserungen
- Markets & Airlines (Veranstaltergeschäft): mit 612 Millionen Euro erstes positives Ergebnis seit Beginn der Pandemie, alle Regionen tragen dazu bei (Vorjahr: -138 Millionen Euro)
- Buchungen Winter 2022/23 stabil, anhaltender Trend zu kurzfristigen Buchungen
- Vereinbarung mit dem WSF zur Rückzahlung der Stillen Einlage I und der Optionsanleihe wird unternehmerische Freiheit zurückbringen, Konzern plant auch deutliche Reduzierung der KfW Kreditlinien - Refinanzierung über Kapitalerhöhung, Hauptversammlung 2023 entscheidet über Kapitalherabsetzung
- CEO Sebastian Ebel: "Der Sommer bei TUI war stark und wir haben wie angekündigt ein signifikant positives EBIT im Gesamtjahr erreicht. Der strategische Fokus bleibt klar: Wir wollen profitabel wachsen - mit neuen Produkten, zusätzlichen Kunden, mehr Marktanteilen. TUI steht für mehr als die klassische Ferienreise: Wenn es um Reisen, Erlebnisse, Freizeitangebote geht, soll TUI die erste Wahl für die Gäste sein. Daran arbeiten wir. In den Geschäftsfeldern wurden strategische Initiativen gestartet, die wir jetzt konsequent und beschleunigt umsetzen und damit unsere Marktpräsenz ausbauen. Gleichzeitig wollen wir die Verschuldung weiter senken und die Bilanz stärken. Die Vereinbarung mit dem WSF zeigt das Ziel und den Weg dahin."

Die TUI Group hat nach einem starken Sommer das 4. Geschäftsquartal gut abgeschlossen und dabei das eigene Ziel eines signifikant positiven operativen Ergebnisses im Gesamtjahr erreicht. Das operative Geschäft in einem weitestgehend normalen Umfeld begann für den Konzern erst mit dem letzten Geschäftsquartal aufgrund spät aufgehobener Corona-Restriktionen, den Auswirkungen des Ukraine-Krieges sowie externer operativer Herausforderungen insbesondere an Flughäfen. 7,6 Millionen Gäste reisten in den Monaten Juli bis September mit der TUI. Der Umsatz wurde mit 7,61 Milliarden Euro gegenüber dem Vorjahr (3,37 Milliarden Euro) mehr als verdoppelt. Das bereinigte EBIT erreichte im 4. Quartal 1,04 Milliarden Euro. Ohne die entstanden Kosten für zusätzliche Flugunterbrechungen in Höhe von 58 Millionen Euro liegt das bereinigte EBIT bei 1,1 Milliarden Euro.

Sebastian Ebel, Vorstandsvorsitzender der TUI Group: "Wir hatten einen starken Sommer, ein sehr gutes Quartal und wir haben das angekündigte Ziel, ein signifikant positives bereinigtes EBIT, erreicht. Der Tourismus bleibt ein langfristiger und attraktiver Wachstumssektor. Alle fundamentalen Daten deuten darauf hin, die langfristigen Megatrends, von denen unsere Branche besonders profitiert, sind weiter intakt. Wir erwarten auch ein solides und gutes Jahr 2023, sind uns der externen Marktfaktoren aber sehr bewusst. Mit unserer starken Marke, unserem robusten Geschäftsmodell, mehr Flexibilität und unseren engagierten Teams sind wir für das laufende Geschäftsjahr und darüber hinaus sehr gut positioniert, um von den Marktchancen zu profitieren. Unsere strategischen Schwerpunkte setzen wir bei einem breiteren Produktangebot, mit dem wir neue Kunden gewinnen - verbunden mit den Markenwerten, die von einer TUI erwartet werden: gleichbleibend hohe Qualität, Flexibilität und Kundennähe. Unsere Formel, um die Basis für künftiges profitables Wachstum im Konzern zu schaffen, lautet vereinfacht: neue Produkte, zusätzliche Kunden, mehr Marktanteile."

Mathias Kiep, Finanzvorstand der TUI Group: "Wir haben im Vergleich zum Vorjahr alle relevanten Kennzahlen im Gesamtjahr signifikant verbessert - trotz einiger Herausforderungen und eines schwierigen Umfelds. Unseren Umsatz haben wir fast vervierfacht, das bereinigte operative Ergebnis ist wieder signifikant positiv und wir haben einen soliden Cashflow generiert. Damit konnten wir auch unsere Nettoverschuldung deutlich senken. Das Marktumfeld bleibt allerdings schwierig, darum setzen wir unseren Kurs konsequent fort. Mit dem WSF haben wir jetzt die nächsten Schritte vereinbart und wollen die Verschuldung zügig

weiter senken und die Abhängigkeit vom Staat deutlich reduzieren."

Wachstumsstrategie: neue Produkte, zusätzliche Kunden, mehr Marktanteile

Die TUI will ihr Produktportfolio deutlich verbreitern, indem die klassische, aus zuvor eingekauften Komponenten zusammengestellte, Pauschalreise wesentlich flexibler und individueller und damit dynamischer gestaltet wird. Kurzfristig verfügbare Hotelkontingente und Flüge sollen Kundinnen und Kunden je nach individuellem Wunsch kombinieren können. So entstehen neue und zusätzliche Angebote, wie zum Beispiel Städtereisen, mit denen der Konzern auch neue Kunden gewinnen kann.

Darüber hinaus werden künftig konzernweit Reisekomponenten, beispielsweise Hotel-Übernachtungen und Flüge, oder Zusatzleistungen wie Mietwagen oder Ausflüge separat und einzeln angeboten. Die bereits eingeleiteten Wachstumsstrategien für die eigenen Marken im Segment Holiday Experiences werden fortgeführt. TUI will sein Hotel- und Hotelmarken-Angebot weiter ausbauen und die Marktpräsenz erhöhen. Im Bereich Hotels & Resorts wird die bereits 2019 gestartete Asset-Right Strategie weiter umgesetzt. Weltweit kommen neue Häuser zum Portfolio hinzu, wobei die TUI dabei nicht zwangsläufig die Immobilie besitzt aber das Hotelerlebnis mit eigenen Marken und beispielsweise über Managementverträge oder Joint Ventures selbst entwickelt und gestaltet. Über den kürzlich aufgelegten TUI Global Hotel Fund soll das Portfolio an Hotels ebenfalls erweitert werden.

Im Bereich Kreuzfahrten steht im erfolgreichen Joint Venture TUI Cruises die Auslieferung von bereits vor der Pandemie beauftragten drei neuen Kreuzfahrtschiffen an.

Der strategisch wichtige und besonders schnell wachsende Bereich TUI Musement wird das Angebot an Produkten und Services ebenfalls deutlich verbreitern. So wurde beispielweise kürzlich die neue Plattform für das individuelle Zusammenstellen von Rundreisen gestartet. Das Angebot "TUI Tours" steht zunächst belgischen Gästen im "Pilotmarkt Belgien" zur Verfügung und wird ab 2023 auch in anderen Märkten, darunter Deutschland, angeboten. Darüber hinaus wächst der Bereich auch mit der stärkeren Nachfrage bei den Reiseveranstaltern in den Märkten.

Verschuldung deutlich gesenkt - Vereinbarung mit dem WSF: Weg für vollständige Rückzahlung der Corona-Hilfen, Konzern will auch KfW-Kreditlinien reduzieren

Ein solider operativer Cashflow im 4. Quartal hat zu einem Cashflow von 1,7 Milliarden Euro im Gesamtjahr 2022 geführt. Die Nettoverschuldung wurde deutlich gesenkt, zum 30. September 2022 lag sie bei 3,4 Milliarden Euro, nach 5,0 Milliarden Euro im Vorjahr. Gleichzeitig verfügt der Konzern über eine weiterhin hohe Liquidität von 3,7 Milliarden Euro und somit über ausreichende finanzielle Mittel zur Deckung des saisonal typischen schwächeren Winters. Um die Verschuldung weiter zu senken und die Zinsbelastung zu reduzieren, hat die TUI mit dem Wirtschaftsstabilisierungsfonds (WSF) einen Weg zur vollständigen Rückzahlung der Corona-Hilfen vereinbart. Bis Ende 2023 sollen die Stille Einlage I über nominal 420 Millionen Euro und der noch verbliebene wandelbare Anteil der vollständig vom WSF gezeichneten Optionsanleihe in Höhe von nominal 59 Millionen Euro zurückgezahlt werden. Darüber hinaus will der Konzern auch die KfW-Kreditlinien (aktuell 2,1 Milliarden Euro) deutlich reduzieren. Um die Rückführung zu finanzieren, plant die TUI zunächst eine von der Hauptversammlung im Februar 2023 zu genehmigende Herabsetzung des Grundkapitals. Die Rückführung soll durch zwei Kapitalerhöhungen im Rahmen eines Bezugsangebots und der bereits genehmigten Aktienvolumen erfolgen.

Ergebnisse der Segmente im 4. Geschäftsquartal: bereinigtes EBIT steigt auf über 1 Milliarde Euro - 7,6 Millionen Gäste und normalisiertes Marktumfeld sorgen für positive Ergebnisse in allen Segmenten des Konzerns - Hotels & Resorts fünf Quartale in Folge mit positivem Ergebnis - Hotels & Kreuzfahrten: höhere Auslastung und höhere Durchschnittsraten pro Nacht und Bett

Die Gästezahl hat im 4. Quartal mit 7,6 Millionen 93 Prozent des Niveaus vom 4. Quartal 2019 auf vergleichbarer Basis erreicht. Im gesamten Sommer 2022 verzeichnete TUI 13,7 Millionen Gäste. Der Umsatz hat sich mehr als verdoppelt, von 3,37 Milliarden Euro im Vorjahresquartal auf 7,61 Milliarden Euro. Lässt man die Kosten unberücksichtigt, die durch die Verzögerungen und Unterbrechungen insbesondere an den Flughäfen entstanden waren, dann beträgt das bereinigte EBIT 1,1 Milliarden Euro. Einschließlich dieser Kosten in Höhe von 58 Millionen Euro liegt das bereinigte EBIT im Berichtszeitraum bei 1,04 Milliarden Euro.

Im Kernsegment **Holiday Experiences** mit Hotels & Resorts, Kreuzfahrten und den Aktivitäten von TUI Musement erreichte das bereinigte EBIT des Bereichs im Berichtszeitraum 433 Millionen Euro nach 64 Millionen Euro im Vorjahresquartal.

Treiber der starken Entwicklung war insbesondere der Bereich **Hotels & Resorts**, der bereits das fünfte positive Quartalergebnis in Folge verzeichnete. Zum 30. September 2022 waren 344 Hotels in Betrieb, das entspricht etwa 97 Prozent des 353 eigene Hotels umfassenden Portfolios des Konzerns. Das bereinigte EBIT stieg im Vergleich zum Vorjahr auf 291 Millionen Euro (Vorjahr: 116 Millionen Euro). Damit liegt das Ergebnis auch das zweite Quartal in Folge über dem Niveau des Vorkrisenzeitraums in 2019. Die Kapazitätsauslastung verbesserte sich um 27 Prozentpunkte auf 92 Prozent im Jahresvergleich. Die durchschnittliche Rate pro Bett und Nacht stieg um 10 Prozent auf 80 Euro.

Der Bereich **Kreuzfahrten** mit TUI Cruises, Hapag-Lloyd Cruises und Marella Cruises fuhr im 4. Geschäftsquartal mit der vollständigen Flotte von 16 Schiffen und verzeichnete einen starken Anstieg des bereinigten EBIT auf 103 Millionen Euro - nach einem Verlust im Vorjahr (-43 Millionen Euro). Die deutliche Verbesserung im Vergleich zum Vorjahr wird dadurch unterstützt, dass alle Schiffe der Flotte im Dienst waren. TUI Cruises erzielte außerdem beim Ergebnis nach Steuern (66 Millionen Euro) das zweite positive Quartal. Mit 2,4 Millionen lag die Zahl der verfügbaren Passagiertage um 30 Prozent über dem Vorjahr. Die Auslastung verbesserte sich ebenfalls und lag über alle Kreuzfahrtmarken zwischen 80 und 93 Prozent, verglichen mit 39 bis 53 Prozent im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Dabei erhöhten sich auch die Raten im Vergleich zum Vorjahr deutlich.

Der Bereich **TUI Musement** mit Touren und Aktivitäten profitierte im Berichtszeitraum insbesondere von der Erholung des Segments Markets & Airlines, so dass im Sommer eine deutlich höhere Anzahl an Reisenden verzeichnet wurde, die die Services und Produkte von TUI Musement genutzt haben. Im 4. Geschäftsquartal war das bereinigte EBIT mit 39 Millionen Euro positiv - nach einem Verlust von 9 Millionen Euro im Vorjahr. Der Anstieg spiegelt die Vorteile unseres integrierten Modells und das Wachstum des Drittvertriebs über die TUI Musement-Plattform wider. TUI Musement vermittelte 11 Millionen Transfers an Gäste in den Zielgebieten gegenüber 5 Millionen im Vorjahresquartal. Darüber hinaus wurden im Berichtsquartal 3,2 Millionen Erlebnisse verkauft, mehr als dreimal so viele wie im Vorjahr (1,0 Millionen).

Das Segment **Markets & Airlines** mit den TUI Reiseveranstaltern in den Regionen Nord mit den Märkten UK, Irland, Nordics (Schweden, Norwegen, Finnland, Dänemark), Zentral (Deutschland, Österreich, Schweiz, Polen) und West (Niederlande, Belgien und Frankreich) verbuchte über alle Märkte eine starke Geschäftsentwicklung. Erstmal seit der Pandemie trugen wieder alle Regionen zum positiven bereinigten EBIT bei. Markets & Airlines erzielte im 4. Quartal eine Verbesserung des bereinigten EBIT auf 612 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr (-138 Millionen Euro). Das Ergebnis beinhaltet außerdem Kosten in Höhe von 58 Millionen Euro, die durch die Auswirkungen von extern bedingten Flugunterbrechungen insbesondere in der Region Nord aufgetreten sind, sowie Einsparungen, die durch das Programm zur Neuausrichtung in allen Märkten erzielt wurden.

Ausblick: Reise-Winter 2022/23 stabil, Programm auf Vorkrisenniveau geplant - Durchschnittspreise deutlich über 2019 und Vorjahr

Das Geschäftsumfeld bleibt auch im aktuellen Winter 2022/23 vor allem durch externe Faktoren weiter herausfordernd. Insbesondere die Auswirkungen des Krieges in der Ukraine und die anhaltenden Folgen der Corona-Pandemie fließen neben Inflation, hohen Energiepreisen und Wechselkursschwankungen in den Ausblick ein. Die TUI Reiseveranstalter (Markets & Airlines) planen für den aktuellen Winter 2022/23 ein Programm, das in etwa dem Vorkrisenniveau entspricht. Der Konzern behält sich jedoch vor, die Kapazitäten flexibel an die Kundennachfrage anzupassen.

Aktuell liegen 2,7 Millionen Buchungen für die Wintersaison 2022/23 vor und 52 Prozent des Programms sind verkauft. Infolgedessen liegen die Buchungen kumuliert bei 134 Prozent der vorherigen Wintersaison 2021/22 und bei 84 Prozent der Wintersaison 2018/19. Seit dem Buchungsupdate im September wurden 1,4 Millionen Buchungen hinzugefügt. Großbritannien bleibt mit +5 Prozent Buchungsniveau und Durchschnittspreisen von +23 Prozent gegenüber Winter 2018/19 am weitesten fortgeschritten. Der bereits im Sommer vorherrschende Trend zu einem höheren Anteil kurzfristiger Buchungen setzt sich auch im Winter fort, wobei das Gesamtvolumen in den letzten vier Wochen mit -4 Prozent nahezu dem des Winters 2018/19 entspricht. Die Durchschnittspreise liegen bei +28 Prozent gegenüber Winter 2018/19 und um 7 Prozent höher gegenüber Winter 2021/22, was dazu beitragen wird, die Auswirkungen der Wechselkursvolatilität und der derzeit höheren Inflation abzufedern.

Ausblick Geschäftsjahr 2023

Für das aktuelle Geschäftsjahr 2023 rechnet der Konzern mit einem starken Anstieg des Umsatzes und einer signifikanten Erhöhung des bereinigten EBIT.

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 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 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

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100004222/100900143 abgerufen werden.