

15.05.2017 - 08:09 Uhr

## **TUI Group: starkes Umsatzwachstum und verbessertes Ergebnis im 1. Halbjahr 2016/17 / Umbau zum Hotel- und Kreuzfahrtkonzern voll auf Kurs / EBITA-Wachstum für Gesamtjahr bestätigt**

Hannover (ots) -

Die TUI Group hat in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016/17 die Transformation zum integrierten Touristikonzern mit Schwerpunkt auf Hotels und Kreuzfahrten zügig fortgesetzt. Insgesamt schloss der TUI Konzern das erste Halbjahr 2016/17 mit einer starken Umsatzentwicklung und einem verbesserten operativen Ergebnis ab. Fritz Jousen, Vorstandsvorsitzender der TUI Group: "Der Umbau zu einem integrierten Tourismuskonzern ist auf Kurs, die Bereiche Hotels und Kreuzfahrten liefern starkes Wachstum. Beide Segmente tragen mittlerweile zur Hälfte unseres operativen Ergebnisses bei. Der TUI Konzern verändert sich schnell - unser Ausblick bleibt aber bestehen trotz eines anspruchsvollen Marktumfeldes: wir wollen beim bereinigten EBITA in diesem Jahr um mindestens 10 Prozent wachsen."

Für eine verbesserte und transparentere Berichterstattung und um den Wert der Segmente Hotels & Resorts und Kreuzfahrten zu verdeutlichen, wurden die Blue Diamond Hotels, die zur kanadischen Beteiligung Sunwing gehören, dem Hotelbereich zugeordnet. Die Ergebnisse der britischen Kreuzfahrtgesellschaft Thomson Cruises wurden jetzt dem Kreuzfahrtsegment hinzugerechnet. Die Ergebnisse der beiden Bereiche wurden zuvor in der Region Nord erfasst. Durch die Veränderung wird die Bedeutung von Hotels und Kreuzfahrten als Wachstumssäulen deutlicher: gemeinsam erwirtschaften die Bereiche bereits die Hälfte des operativen Konzernergebnisses auf Basis des Gesamtjahres.

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016/17 verzeichnete die TUI Group ein starkes Umsatzwachstum um 8,2 Prozent auf 6,69 Milliarden Euro (Vorjahr: 6,18 Milliarden Euro) - einschließlich Wechselkurseffekte ergibt sich ein Plus um 3,3 Prozent auf 6,38 Milliarden Euro. Auf Basis konstanter Wechselkurse und auf vergleichbarer Basis zum Vorjahresergebnis ohne Einbeziehung des Ostertermins (später Ostertermin in 2017) wurde das bereinigte EBITA um 6,3 Prozent auf ein saisonübliches Minus in Höhe von 193,3 Millionen Euro (Vorjahr -206,4 Millionen Euro) verbessert. Einschließlich Wechselkurs- und Ostereffekt ergibt sich ein Rückgang um um 3,8 Prozent auf -214,4 Millionen Euro.

Hotels & Resorts: Blue Diamond Hotels eingegliedert, höhere Durchschnittspreise pro Bett bei RIU und Robinson

Das Segment Hotels & Resorts umfasst in der Berichterstattung neben den Kernmarken RIU, Robinson, TUI Blue und TUI Magic Life sowie weiterer Hotelbeteiligungen ab sofort auch die Blue Diamond Hotels der kanadischen Sunwing Group. An letzterer hält die TUI einen Anteil von 49 Prozent. Hotels & Resorts hat das operative Ergebnis im 1. Halbjahr 2016/17 deutlich gesteigert. Das bereinigte EBITA wurde auf 122,8 Millionen Euro erhöht (Vorjahr: 96,0 Millionen Euro), das entspricht einem Anstieg um 27,9 Prozent. RIU verbesserte die Auslastung der eigenen Häuser um einen Prozentpunkt, der Durchschnittspreis pro Bett kletterte um sieben Prozent. Auch Robinson konnte bei leicht rückläufiger Auslastung (Minus einen Prozentpunkt) den Durchschnittspreis pro Bett erhöhen, das Plus betrug drei Prozent. Nach der Eröffnung des TUI Blue Selection Ende März in der Toscana folgen im Verlauf des Kalenderjahres weitere neue Häuser unter den Kernmarken der TUI Hotels & Resorts: ein TUI Blue in Kroatien, zwei Robinson Clubs auf den Malediven und in Thailand sowie ein RIU in Mexiko am Ende des Jahres.

Kreuzfahrten: Wachstumskurs erfolgreich fortgesetzt

Die Berichterstattung des Kreuzfahrt-Bereichs der TUI Group wird ebenfalls erweitert: Die Ergebnisse der Thomson Cruises fließen in das Segment mit ein. Die Zahlen umfassen nun alle drei Kreuzfahrtgesellschaften: TUI Cruises, Thomson Cruises und Hapag-Lloyd Cruises. Im 1. Halbjahr des Geschäftsjahres wurde der Wachstumskurs fortgesetzt und das operative Ergebnis deutlich verbessert. Das bereinigte EBITA kletterte auf 75 Millionen Euro (Vorjahr: 49,3 Millionen Euro). Das entspricht einem Plus von 52,1 Prozent. Starkes Wachstum verzeichneten sowohl TUI Cruises als auch Thomson Cruises durch die jeweilige erfolgreiche Erweiterung der Flotte im Sommer 2016 mit der "Mein Schiff 5" beziehungsweise der "TUI Discovery".

Die durchschnittliche Rate pro Tag und Passagier lag im Berichtszeitraum mit 147 Euro auf Vorjahresniveau (Vorjahr 147 Euro), die Auslastung blieb mit 100 Prozent hoch. Der Wachstumskurs der TUI Cruises im Marktsegment der Premiumkreuzfahrten wird in diesem Geschäftsjahr weiter fortgesetzt. Im Juni wird die "Mein Schiff 6" auslaufen. In den Jahren 2018 und 2019 werden zwei weitere neue Kreuzfahrtschiffe der "Mein Schiff"-Flotte bei TUI Cruises in Dienst gestellt.

Auch Thomson Cruises wächst: in der vergangenen Woche wurde die "TUI Discovery 2" im spanischen Malaga in Dienst gestellt. 2018 erfolgt dann die Erweiterung der Flotte durch die "TUI Explorer" (derzeit als "Mein Schiff 1" im Dienst) und der Übernahme der "Mein Schiff 2" von TUI Cruises in 2019.

Hapag-Lloyd Cruises entwickelte sich im Berichtszeitraum ebenfalls positiv. Die Auslastung der Luxus- und Expeditionsschiffe blieb mit 74 Prozent nahezu auf Vorjahresniveau (Vorjahr 75 Prozent). Die durchschnittliche Rate pro Tag und Passagier lag mit 595 Euro um 6 Prozent über dem Vorjahreswert. Auch die Flotte der Hapag-Lloyd Cruises wird mittelfristig erweitert und modernisiert: 2019 werden die beiden Neubauten "Hanseatic nature" und "Hanseatic inspiration" als Luxus-Expeditionsschiffe in die

Flotte aufgenommen.

Regionen: Entwicklung der Märkte durch Einmaleffekte und Ostertermin beeinflusst - Ausfälle bei TUI fly Deutschland belasten Ergebnis zusätzlich

Der saisonal übliche Verlust des Veranstaltergeschäftes der drei Quellmarkt-Regionen betrug auf Basis konstanter Wechselkurse und ohne Einbeziehung des Ostertermins -378,9 Millionen Euro (Vorjahr: -307,2 Millionen Euro). Einschließlich beider Effekte lag das Ergebnis bei -384,0 Millionen Euro. Belastet wurde das Ergebnis darüber hinaus durch die überdurchschnittlich hohen krankheitsbedingten Ausfälle des Personals bei der TUI fly Deutschland Anfang Oktober 2016 (-24 Millionen Euro). Der Gesamtumsatz der Regionen lag mit 5,37 Milliarden Euro um 2,2 Prozent über dem Vorjahreswert (5,26 Milliarden Euro).

Die Blue Diamond Hotels sowie Thomson Cruises werden künftig nicht mehr in der Region Nord (UK & Irland, Nordische Länder, Kanada, Russland) erfasst. Die Märkte der Region konnten die Gästezahlen insgesamt um fünf Prozent steigern. Allerdings wurde das operative Ergebnis neben dem Ostereffekt durch verschiedene Einmaleffekte beeinflusst, unter anderem durch einen Anstieg der Wartungsrücklagen für Flugzeuge und hoher Pensionsaufwendungen in UK. In den Nordischen Ländern wirkten sich außerdem die Marketingkosten für die Einführung der Marke TUI sowie eine schwächere Nachfrage nach den Destinationen Türkei und Ägypten auf die Ergebnisentwicklung aus

In der Region Zentral (Deutschland, Österreich, Schweiz, Polen) wurde das Ergebnis durch die krankheitsbedingten Ausfälle des Personals bei der TUI fly Deutschland beeinflusst. In Deutschland verbesserte sich die Buchungsentwicklung, allerdings belasteten zusätzliche Reparaturkosten im Flugbereich sowie der Ostereffekt. In der Region wurde der Anteil sowohl des Direkt- als auch des Onlinevertriebs gesteigert.

Das Ergebnis der Region West (Belgien, Niederlande, Frankreich) beinhaltet erstmals den saisonalen EBITA Verlust der übernommenen Transat. Darüber hinaus wirkten sich neben dem Ostereffekt die Marketingkosten für die Markeneinführung in Belgien und Einschränkungen bei Nachtflügen am Flughafen Schiphol in den Niederlanden aus. Der Direkt- und Onlinevertrieb wurden im Berichtszeitraum jeweils gesteigert.

Buchungslage entspricht den Erwartungen

Die aktuelle Buchungslage für den Sommer 2017 entspricht den Erwartungen. Die gebuchten Quellmarktumsätze liegen mit acht Prozent im Plus. Auch die Zahl der Gäste liegt mit vier Prozent über dem Vorjahreswert. Die starke Nachfrage nach Griechenland, Spanien, den Kapverden, Zypern und den Fernreisezielen wie die Karibik gleicht die niedrigeren Buchungen für die Türkei und Ägypten aus.

Weitere Synergien gehoben

Im Berichtszeitraum wurden weitere zehn Millionen Euro der beim Zusammenschluss von TUI AG und TUI Travel im Jahr 2014 angekündigten Synergien gehoben. Die Einsparungen wurden hauptsächlich im Zentralbereich erreicht.

Weitere Informationen und Grafiken finden Sie unter [www.tuigroup.com](http://www.tuigroup.com)

Kontakt:

TUI Group  
Group Corporate & External Affairs  
Kuzey Alexander Esener  
Konzernsprecher/Leiter Presse  
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/100004222/100802430> abgerufen werden.