

13.12.2017 - 08:23 Uhr

TUI Group: Auch 2017 starker Ergebnisanstieg um 12 Prozent / Eigene Hotels und TUI-Kreuzfahrt-Töchter sind Wachstumstreiber

London/Hannover (ots) -

- Vorstandsvorsitzender Fritz Jousen: "Drei Jahre in Folge zweistelliges Ergebniswachstum. Bauen Position als führender internationaler Touristikonzern aus."
- Gesamtjahr 2017: Bereinigtes EBITA um 12,0 Prozent(1) gesteigert
- Umsatz wächst im Berichtszeitraum um 11,7 Prozent(1)

Hotel- und Kreuzfahrt-Töchter liefern inzwischen 56 Prozent des operativen Ergebnisses

- Aufsichtsrat und Vorstand wollen Dividende von 0,65 Euro je Aktie vorschlagen (Vorjahr 0,63 Euro)
- Prognose für durchschnittliches Ergebniswachstum um mindestens 10 Prozent (1) bis zum Geschäftsjahr 2020 verlängert.
- Winter 2017/18: Sehr gute Buchungen entsprechen voll den Erwartungen

2017 war erneut ein sehr gutes Jahr für den TUI Konzern. Die TUI verbesserte das bereinigte EBITA im Berichtszeitraum um 12,0 Prozent¹, der Umsatz wurde um 11,7 Prozent (1) gesteigert. TUI hat das selbstgesteckte Ziel von mindestens zehn Prozent Wachstum beim bereinigten EBITA trotz anspruchsvollem Marktumfeld erneut übertraffen. "Das dritte Jahr in Folge erreichen wir ein zweistelliges Wachstum beim operativen Ergebnis. Mehr als die Hälfte unseres Ergebnisses kommt bereits aus den TUI Hotel- und Kreuzfahrt-Gesellschaften. Unsere erfolgreiche strategische Neu-Ausrichtung spiegelt sich auch in den Zahlen deutlich wieder. TUI ist heute durch das stark gewachsene Hotel- und Kreuzfahrtgeschäft margenstärker und weniger saisonal. Das Geschäft ist deutlich gleichmäßiger auf das ganze Jahr verteilt. Die klare Ausrichtung auf Investitionen in margenstarke Hotels und Schiffe war Kern der Strategie für die neue TUI nach der Übernahme 2014", sagte Vorstandsvorsitzender Fritz Jousen bei der Vorstellung der Jahresbilanz zum Geschäftsjahr 2017 (1. Oktober 2016 bis 30. September 2017) in London. Kunden, Aktionäre und Mitarbeiter profitieren davon, dass TUI strategisch neu aufgestellt und finanzstark ist. "Wir investieren in neue Hotels und moderne Kreuzfahrtschiffe. Und wir schütten eine attraktive Dividende an unsere Aktionäre aus. Wir wollen diesen Kurs fortsetzen", sagte Jousen.

Übersicht Gesamtjahr 2017

Im Berichtszeitraum (1. Oktober 2016 bis 30. September 2017) konnte die TUI Group den Umsatz auf Basis konstanter Wechselkurse um 11,7 Prozent auf 19,2 Milliarden Euro (Vorjahr: 17,2 Milliarden Euro) erhöhen. Einschließlich Wechselkurseffekt ergibt sich ebenfalls ein deutliches Plus um 8,1 Prozent auf 18,5 Milliarden Euro. Das bereinigte EBITA wurde unter Berücksichtigung konstanter Wechselkurse um 12,0 Prozent auf 1,121 Milliarden Euro gesteigert (Vorjahr 1,001 Milliarden Euro). Einschließlich Währungseffekt ergibt sich ein Anstieg um 10,2 Prozent auf 1,102 Milliarden Euro.

Dividende: Vorstand und Aufsichtsrat schlagen 0,65 Euro je Aktie vor Die Entwicklung der Dividende der TUI Group ist an die bereinigte Ergebnisentwicklung des Konzerns auf Basis konstanter Wechselkurse gekoppelt. Das starke Ergebniswachstum um 12,0 Prozent¹ im abgelaufenen Geschäftsjahr auf die Basisdividende (0,58 Euro) ergibt eine Dividende von 0,65 Euro je Aktie. Vorstand und der Aufsichtsrat schlagen dies der Hauptversammlung am 13. Februar 2018 vor.

Weiteres Wachstum und mehr Effizienz durch Digitalisierung

Die TUI hat einen konsequenten Wandel vollzogen und ist heute ein komplett anderes Unternehmen als vor fünf Jahren. "Die TUI 2017 ist nicht vergleichbar mit der TUI 2012", sagte Jousen. "Der Konzern war im Kern ein Reiseveranstalter, heute ist die TUI Entwickler, Investor und Betreiber von Hotel- und Kreuzfahrtgesellschaften. Wir werden weiter in unsere eigenen Hotel- und Kreuzfahrtgesellschaften investieren und damit neues Wachstum erzielen." Die eigenen europäischen Reise-Veranstalter sind starke Vertriebs- und Marketinggesellschaften, die einen direkten Zugang zu den 20 Millionen Kunden des Konzerns in den Regionen und Märkten bieten. Für eine einheitliche Sicht auf den Kunden werden jetzt moderne CRM Systeme eingesetzt. Für mehr Effizienz und optimierte Erträge beim Management der Bettenkapazitäten setzt die TUI auf ein eigenes Yield-Management-System und die Blockchain Technologie. "Die Blockchain ist bei TUI nicht Vision, sondern sie ist seit dem Sommer 2017 mit einer ersten Applikation, dem so genannten "Bed Swap", live im Einsatz", so Jousen. Neue Kundengruppen will der Konzern in Wachstumsregionen wie China und Südostasien erschließen, vollständig digital und mit lokalen Partnern. Dort entstehen Mittelschichten, die erst beginnen, das Reisen für sich zu entdecken.

Übersicht der Segmente

Hotels & Resorts mit starker Entwicklung, Durchschnittspreise pro Bett gesteigert Hotels & Resorts hat das operative Ergebnis im Gesamtjahr 2017 deutlich gesteigert, insbesondere RIU war erneut der Wachstumstreiber bei den TUI Hotel-Gesellschaften:

- bereinigtes EBITA: +17,3 Prozent auf 356,5 Millionen Euro (Vorjahr: 303,8 Millionen Euro)
- bereinigtes EBITA auf Basis konstanter Wechselkurse: +19,2 Prozent auf 362,0 Millionen Euro
- Durchschnittspreis pro Bett: 63 Euro (Vorjahr: 60 Euro)
- Durchschnittliche Auslastung: 79 Prozent (Vorjahr 78 Prozent) 2017 wurden insgesamt zehn neue Häuser der TUI Hotels & Resorts Kernmarken eröffnet, darunter ein RIU Hotel in Jamaika, insgesamt sechs Blue Diamond Hotels in Jamaika und St. Lucia und drei TUI Blue Häuser, je eins in Kroatien, Italien, Teneriffa.

Kreuzfahrten: Wachstumskurs erfolgreich fortgesetzt

Seit dem 1. Halbjahr 2017 umfasst der Kreuzfahrt-Bereich die Ergebnisse aller drei Kreuzfahrtgesellschaften: TUI Cruises, Marella Cruises (früher Thomson Cruises) und Hapag-Lloyd Cruises. Im Berichtszeitraum wurde das Ergebnis deutlich gesteigert, die Durchschnittsraten verbesserten sich ebenfalls stark:

- Bereinigtes EBITA: +33,9 Prozent auf 255,6 Millionen Euro (Vorjahr: 190,9 Millionen Euro)
- Bereinigtes EBITA auf Basis konstanter Wechselkurse: +38,0 Prozent auf 263,4 Millionen Euro
- Durchschnittliche Rate pro Tag und Passagier (in Klammern Vorjahr):
TUI Cruises 173 Euro (Vorjahr: 171 Euro)
Marella Cruises 131 GBP (Vorjahr: 121 GBP)
Hapag-Lloyd Cruises 594 Euro (Vorjahr: 579 Euro)
- Durchschnittliche Auslastung:
TUI Cruises 101,9 Prozent (Vorjahr: 102,6 Prozent)
Marella Cruises 101,7 Prozent (Vorjahr: 100,6 Prozent)
Hapag-Lloyd Cruises 76,7 Prozent (Vorjahr: 76,8 Prozent)

Im Juni 2017 hat die "Mein Schiff 6" die Flotte der TUI Cruises erweitert. 2018 wird die neue "Mein Schiff 1" bei TUI Cruises in Dienst gestellt. Auch Marella Cruises wurde modernisiert: im Berichtszeitraum wurde die "Marella Discovery 2" in Dienst gestellt. Die Flotte der TUI-Konzerntochter Hapag-Lloyd Cruises wird mittelfristig ebenfalls erweitert und modernisiert: Im Kalenderjahr 2019 ergänzen die Neubauten "Hanseatic nature" und "Hanseatic inspiration" als Luxus-Expeditionsschiffe die Flotte.

Vertrieb & Marketing in allen Regionen mit Gästezuwachs, starke Entwicklung in Deutschland, den Nordischen Ländern und Benelux, Gästezahlen in Region Nord um 3,5 Prozent gesteigert

Die Vertrieb- und Marketinggesellschaften in den Quellmarkt-Regionen verzeichneten im Geschäftsjahr 2017 eine positive operative Entwicklung, insbesondere in den Nordischen Ländern, Deutschland und Benelux. Die Gästezahlen wurden über alle Regionen um 6,3 Prozent auf 20,2 Millionen gesteigert.

- Bereinigtes EBITA alle Regionen ohne Einmaleffekte und auf Basis konstanter Wechselkurse: +3,0 Prozent auf 571 Millionen Euro (Vorjahr: 554 Millionen Euro)
- Bereinigtes EBITA alle Regionen: -5,0 Prozent auf 526,5 Millionen Euro

In der Region Nord (UK & Irland, Nordische Länder, Kanada, Russland) werden seit dem 1. Halbjahr 2017 nicht mehr die Blue Diamond Resorts sowie Marella Cruises (ehemals Thomson Cruises) erfasst. In UK blieben die Nachfrage nach Reisen und die Buchungen weiter hoch. Die Zahl der Gäste in der Region Nord konnte um 3,5 Prozent gesteigert werden. Die Nordischen Länder lieferten im Berichtszeitraum eine sehr starke Entwicklung. Positiv wirkte sich der veränderte Angebotsmix aus, mit mehr Angeboten für Spanien, Zypern, Bulgarien und Kroatien.

- Bereinigtes EBITA Region Nord:
-9,7 Prozent auf 345,8 Millionen Euro (Vorjahr: 383,1 Millionen Euro)

In der Region Zentral (Deutschland, Österreich, Schweiz, Polen) verzeichnete Deutschland eine sehr starke operative Entwicklung. Die Gästezahlen der Region lagen um 4,7 Prozent über dem Vorjahreswert. Im Flugbereich entstanden durch die krankheitsbedingten Ausfälle bei TUI fly zu Beginn des Geschäftsjahres Einmalkosten in Höhe von 24 Millionen Euro. Durch die Insolvenz der Air Berlin und die damit verbundenen notwendigen Veränderungen beim Leasing-Vertrag für Flugzeuge und Crew wurden ebenfalls Einmalkosten in Höhe von 15 Millionen Euro verbucht. Ohne die beiden Einmaleffekte liegt das bereinigte

Ergebnis der Region um 26 Millionen Euro über dem Vorjahreswert.

- Bereinigtes EBITA Region Zentral:
-16,0 Prozent auf 71,5 Millionen Euro (Vorjahr: 85,1 Millionen Euro)

Das Ergebnis der Region West (Belgien, Niederlande, Frankreich) wurde durch eine starke Entwicklung in Belgien und den Niederlanden getrieben. Benelux verzeichnete insbesondere in der zweiten Jahreshälfte eine starke Buchungsentwicklung. Belgien und die Niederlande profitierten dabei auch vom Wechsel hin zur Dachmarke TUI. Lediglich Frankreich konnte nicht zur positiven Entwicklung der Region beitragen.

- Bereinigtes EBITA Region West:
+26,8 Prozent auf 109,2 Millionen Euro (Vorjahr: 86,1 Millionen Euro)

Gute Buchungslage - aktueller Winter entspricht weiterhin den Erwartungen

Die Buchungslage für den aktuellen Winter 2018 (Stand: 3. Dezember 2017) ist gut und entspricht voll den Erwartungen. Besonders hohe Buchungszuwächse verzeichnen Thailand, die Kapverden und Nordafrika, aber auch für die Türkei ziehen die Buchungszahlen an.

- Gebuchte Quellmarktumsätze:
+6 Prozent¹
- Zahl der Gäste: +3 Prozent

(1) auf Basis konstanter Wechselkurse

Kontakt:

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

Joy Doyle
Senior Manager Communications
+44 (0) 7985 401 207
joy.doyle@tui.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100004222/100810338> abgerufen werden.