

12.02.2019 - 07:26 Uhr

TUI Group: 1. Berichtsquartal im Geschäftsjahr 2019 entspricht den eigenen Erwartungen - Umsatz und Gästezahlen steigen, bereinigtes EBITA unter Vorjahr (1)

Hannover (ots) -

- 1. Quartal 2019: Bereinigtes EBITA -83,6 Millionen Euro (Vorjahr: -36,7 Millionen Euro)
- Konzernumsatz wächst um 4,4 Prozent auf 3,70 Milliarden Euro
- Gästezahlen über alle Märkte klettern um 1,2 Prozent auf 3,7 Millionen
- Herausforderndes Marktumfeld zeigt sich besonders im traditionellen Veranstaltergeschäft (Märkte & Airlines)
- Segment Urlaubserlebnisse mit Hotels, Kreuzfahrten und Aktivitäten am Urlaubsort bleibt operativ weiter stark
- Angepasster Ausblick für das Gesamtjahr 2019: TUI erwartet Ergebnis bei konstanten Wechselkursen in etwa auf Niveau des Rekordjahres 2018 (2)
- Vorstandsvorsitzender Fritz Jousen: "Globale Trends für den Tourismus weiter intakt. TUI ist wirtschaftlich stark, strategisch und operativ gut aufgestellt. Transformation des Konzerns zum digitalen Plattform-Unternehmen geht voran."

Nach dem Rekordergebnis in 2018 verlief das erste Berichtsquartal im neuen Geschäftsjahr 2019 erwartungsgemäß: mehr Umsatz, mehr Kunden, aber niedrigere Margen. Das branchenübliche Minus fiel beim bereinigten EBITA im 1. Geschäftsquartal 2019 mit -83,6 Millionen Euro höher aus als im Vorjahr (-36,7 Millionen Euro). Wesentliche Gründe für den Ergebnisrückgang waren zum einen der ungewöhnlich lange und heiße Sommer in Nordeuropa. Darüber hinaus erzeugen starke Buchungen für die Türkei und Nordafrika Überkapazität in anderen Destinationen wie den Kanarischen Inseln, verbunden mit niedrigeren Margen für das Veranstaltergeschäft. Gleichzeitig zeigt sich weiter die anhaltende Schwäche des britischen Pfunds in Folge der Brexit-Entscheidung. Als richtig erwiesen hat sich der konsequente Umbau der TUI seit 2014 mit der Neuausrichtung auf die eigenen Urlaubserlebnisse (Geschäftsfeld Holiday Experiences): die Hotelgesellschaften, die Kreuzfahrtgesellschaften, Aktivitäten und Services in den Zielgebieten am Urlaubsort. Diese Geschäfte stehen heute für knapp 70 Prozent des Konzernergebnisses. Das ist ein sehr intaktes Segment, in dem TUI auch in der Zukunft wachsen will. Anfälliger für externe Faktoren sind klassische Reiseveranstalter und Fluggesellschaften.

"Die übergeordneten Trends für unsere Industrie sind intakt. Reisen und Tourismus bleiben ein Wachstumsmarkt. Die Kunden reisen, aber sie akzeptieren keine Preiserhöhungen. Gerade in dieser Konsolidierungsphase der Industrie ist es wichtig, adäquat am Marktwachstum zu partizipieren. TUI ist strategisch und operativ gut aufgestellt und die Transformation des Konzerns zum digitalen Plattform-Unternehmen geht weiter voran. Mit Investitionen in Hotels und Schiffe, unserer IT- und Digital-Strategie und dem Zukauf der italienischen Digital-Plattform Musement 2018 sind die Weichen gestellt", sagte der Vorstandsvorsitzende der TUI Group, Fritz Jousen, bei der Vorlage der Quartalszahlen am Tag der TUI Hauptversammlung in Hannover.

Übersicht 1. Geschäftsquartal 2019

Im Berichtszeitraum (1. Oktober bis 31. Dezember 2018) konnte die TUI Group den Umsatz um 4,4 Prozent auf 3,70 Milliarden Euro (Vorjahr: 3,55 Milliarden Euro) steigern. Das bereinigte EBITA fiel mit einem saisonüblichen Minus von -83,6 Millionen Euro höher aus als im Vorjahr (-36,7 Millionen Euro). Die Zahl der Gäste konnte um 1,2 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert gesteigert werden.

Das Segment der Urlaubserlebnisse mit Hotels, Kreuzfahrten sowie Aktivitäten und Ausflügen in den Zielgebieten, das im vergangenen Geschäftsjahr rund 70 Prozent zum operativen Ergebnis beitrug, blieb auch im Berichtszeitraum operativ stark. Das bereinigte EBITA des Bereichs lag mit 111,0 Millionen Euro auf Basis konstanter Wechselkurse zwar unter dem Vorjahr (125,9 Millionen Euro).

Allerdings wurde im Vorjahr noch ein Einmalertrag aus Hotelverkäufen in Höhe von 38,0 Millionen Euro verbucht. Auf vergleichbarer Basis lag das bereinigte EBITA über dem des Vorjahres. Das Segment Märkte & Airlines vergrößerte mit -177,7 Millionen Euro auf Basis konstanter Wechselkurse das im Veranstaltergeschäft branchenübliche Minus im 1. Geschäftsquartal gegenüber dem Vorjahr (-140,8 Millionen Euro).

Übersicht der Segmente - Urlaubserlebnisse

Hotels & Resorts: starke operative Entwicklung insbesondere in der Türkei und in Nordafrika

Der erfolgreiche Umbau des TUI-Konzerns seit 2014 mit dem Fokus auf Hotels zahlt sich weiter aus: Hotels & Resorts hat das operative Ergebnis im 1. Geschäftsquartal 2019 auf vergleichbarer Basis um 27,5 Prozent auf 68,7 Millionen Euro verbessert. Bezieht man den Ertrag aus dem Verkauf von drei RIU Häusern in Höhe von 38 Millionen Euro im Vorjahresquartal mit ein, liegt das bereinigte EBITA des Bereichs Hotels & Resorts um 25,2 Prozent unter dem Vorjahr (91,9 Millionen Euro). Das Segment verbesserte im Berichtszeitraum die durchschnittliche Auslastung der Hotels und die durchschnittlichen Raten. Seit dem Zusammenschluss von TUI AG und TUI Travel Ende 2014 wurden insgesamt 57 neue Hotels eröffnet.

- bereinigtes EBITA (auf vergleichbarer Basis): +27,5 Prozent auf 68,7 Millionen Euro (Vorjahr: 53,9 Millionen Euro)
- bereinigtes EBITA (einschließlich Einmalsertrag im Vorjahr): -25,2 Prozent auf 68,7 Millionen Euro (Vorjahr: 91,9 Millionen Euro)
- Durchschnittspreis pro Bett: 65 Euro (Vorjahr: 63 Euro)
- Durchschnittliche Auslastung: 76 Prozent (Vorjahr 75 Prozent)

Kreuzfahrten: starkes Quartal, Wachstumskurs erfolgreich fortgesetzt Das Segment Kreuzfahrten hat den Wachstumskurs weiter fortgesetzt. Im Berichtszeitraum wurde das bereinigte Ergebnis deutlich gesteigert:

- Bereinigtes EBITA: +25,3 Prozent auf 47,0 Millionen Euro (Vorjahr: 37,5 Millionen Euro)
- Durchschnittliche Rate pro Tag und Passagier:
 - TUI Cruises 149 Euro (Vorjahr: 149 Euro)
 - Marella Cruises 137 GBP (Vorjahr: 129 GBP)
 - Hapag-Lloyd Cruises 591 Euro (Vorjahr: 533 Euro)
- Durchschnittliche Auslastung:
 - TUI Cruises 100 Prozent (Vorjahr: 99 Prozent)
 - Marella Cruises 102 Prozent (Vorjahr: 101 Prozent)
 - Hapag-Lloyd Cruises 75 Prozent (Vorjahr: 76 Prozent)

Anfang Februar 2019 wurde die Mein Schiff 2 in Dienst gestellt. Im Sommer 2019 ergänzt darüber hinaus die Marella Explorer 2 die Flotte der britischen Marella Cruises. 2019 folgen mit der HANSEATIC nature und der HANSEATIC inspiration außerdem zwei Luxus-Expeditionsschiffe bei Hapag-Lloyd Cruises. Im Herbst 2018 hatte die HANSEATIC die Flotte verlassen. Darüber hinaus hat die Hamburger Kreuzfahrttochter den Verkauf des Expeditionsschiffes BREMEN angekündigt. Das Schiff scheidet im Mai 2021 aus der Flotte aus.

Destination Experiences - Aktivitäten und Services in den Zielgebieten

Das Segment TUI Destination Experiences (Aktivitäten und Services in den Zielgebieten) ist ein Wachstumsfeld und wird seit 2018 strategisch ausgebaut, unter anderem auch durch den Kauf von Musement. Im Berichtszeitraum nach den Zukäufen ist das Segment deutlich gewachsen. Die Anzahl der verkauften Aktivitäten und Ausflüge wurde auf 1,3 Millionen signifikant gesteigert (+86 Prozent).

- Bereinigtes EBITA auf Basis konstanter Wechselkurse: -4,7 Millionen Euro (Vorjahr: -3,5 Millionen Euro)

Märkte & Airlines: Marktumfeld herausfordernd für klassische Reiseveranstalter

Der Bereich der Märkte (Reiseveranstalter) und Fluggesellschaften des Konzerns konnte im 1. Geschäftsquartal 2019 die Gästezahlen um 1,2 Prozent steigern, der Umsatz kletterte um 0,8 Prozent auf 3,06 Milliarden Euro (Vorjahr: 3,04 Milliarden Euro).

- Bereinigtes EBITA aller Regionen: -26,5 Prozent auf -178,1 Millionen Euro (Vorjahr: -140,8 Millionen Euro)
- Bereinigtes EBITA aller Regionen auf Basis konstanter Wechselkurse: -26,2 Prozent auf -177,7 Millionen Euro (Vorjahr: -140,8 Millionen Euro)

Ausblick: Buchungen weitgehend auf Vorjahresniveau, die Margen liegen dahinter zurück, Ergebnisprognose für Gesamtjahr 2019 wurde am 6. Februar 2019 angepasst

Die Buchungen für den aktuellen Sommer 2019 (Stand: 3. Februar 2019) liegen weitgehend auf dem Vorjahresniveau, die Durchschnittspreise sind gegenüber dem Vorjahr unverändert; dies trifft jedoch nicht für die Margen zu. Das Marktumfeld für alle Reiseveranstalter ist anhaltend herausfordernd. Es gibt mehrere Einflüsse, die sich gleichzeitig auswirken:

- die Folgen des ungewöhnlich langen und heißen Sommers 2018, die zu mehr kurzfristigeren Buchungen und schwächeren Margen im Segment Märkte & Airlines führen.
- eine Verlagerung der Nachfrage vom westlichen zum östlichen Mittelmeerraum, die zu Überkapazitäten in anderen Destinationen wie zum Beispiel den Kanarischen Inseln führt, verbunden mit niedrigeren Margen für das Segment Märkte & Airlines.
- Darüber hinaus erschwert das schwächere Britische Pfund den Verkauf von Reisen an britische Kunden zu verbesserten Margen.

Bislang wurde erwartet, dass sich diese Herausforderungen im Markt vorrangig auf das erste Halbjahr (Winter) des Geschäftsjahres auswirken würden. Aus heutiger Sicht gibt es jedoch darüber hinaus zusätzliche Auswirkungen auf das zweite Halbjahr (Sommer), daher wurde der Ausblick für das Gesamtjahr am 6. Februar 2019 angepasst. Nachdem zuvor ein Anstieg beim bereinigten EBITA (3) auf Basis konstanter Wechselkurse um mindestens 10 Prozent erwartet wurde, rechnet die TUI nunmehr mit einem bereinigten EBITA auf Basis konstanter Wechselkurse in etwa auf dem Niveau des Rekordjahres 2018 (Gesamtjahr 2018: 1,177 Milliarden Euro (2))

(1) Vergleichswerte des Vorjahresquartals mit Ausnahme des Segments Kreuzfahrten wurden rückwirkend nach IFRS 15 angepasst.

(2) Rebasiert im Dezember 2018 auf 1,187 Mrd. Euro um einen negativen Effekt in Höhe von 40 Mio. Euro aus der Neubewertung von Euro-Darlehen türkischer Hoteleinheiten und aufgrund der rückwirkenden Anwendung von IFRS15 auf 1,177 Mrd. Euro.

(3) Rebasiert im Dezember 2018 auf 1,187 Mrd. Euro um einen negativen Effekt in Höhe von 40 Mio. Euro aus der Neubewertung von Euro-Darlehen türkischer Hoteleinheiten.

Weitere Informationen und Kennzahlentabellen finden sie auf www.tuigroup.com

Über die TUI Group

Die TUI Group ist der weltweit führende Touristikkonzern und in rund 180 Zielgebieten der Erde aktiv. Sitz des Konzerns ist Deutschland. Die Aktie der TUI notiert im FTSE 100, dem Leitindex der Londoner Wertpapierbörse, sowie im Freiverkehr in Deutschland. Die TUI Group verzeichnete im Geschäftsjahr 2018 einen Umsatz von 19,2 Milliarden Euro und ein operatives Ergebnis von 1,177 Milliarden Euro. Der Konzern beschäftigt rund 70.000 Mitarbeiter in über 100 Ländern. TUI bietet für seine rund 27 Millionen Kunden, davon 21 Millionen in den europäischen Landesgesellschaften, Services aus einer Hand. Die gesamte touristische Wertschöpfungskette findet sich unter dem Dach des Konzerns wieder. Dazu gehören rund 330 eigene Hotels und Resorts mit Premium-Marken wie RIU und Robinson und 16 Kreuzfahrtschiffe, von der MS Europa und der MS Europa 2 in der Luxusklasse bis zur "Mein Schiff"-Flotte der TUI Cruises und Kreuzfahrtschiffen bei Marella Cruises in England. Zum Konzern gehören darüber hinaus international führende Veranstaltermarken, 1.600 Reisebüros in Europa sowie fünf europäische Veranstalter-Fluggesellschaften mit rund 150 modernen Mittel- und Langstrecken-Flugzeugen.

Die globale Verantwortung für nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln ist Kern unserer Unternehmenskultur. Die 2015 von TUI gegründete TUI Care Foundation setzt 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 TUI Care Foundation ist heute in mehr als 20 Ländern der Welt tätig und initiiert Projekte, die neue Chancen für die kommende Generation schaffen.

Kontakt:

TUI Group
Group Corporate & External Affairs
Kuzey Alexander Esener
Leiter Presse
+49 (0) 511 566 6024
kuzey.esener@tui.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100004222/100824776> abgerufen werden.