

09.02.2021 - 08:12 Uhr

## **TUI auf Urlaubssaison 2021 gut vorbereitet: erfolgreiche Sicherheits- und Hygienekonzepte weiterentwickelt / TUI im 1. Quartal: Jahresstart durch COVID-19 Beschränkungen geprägt**

Hannover (ots) -

**TUI auf Urlaubssaison 2021 gut vorbereitet: erfolgreiche Sicherheits- und Hygienekonzepte weiterentwickelt - Sommersaison kann vom sehr zügigen Impfverlauf im wichtigen TUI-Markt Großbritannien profitieren / Impfungen und mehr Schnelltests machen ein Ende des Stillstands im Tourismus möglich**

**TUI im 1. Quartal: Jahresstart durch COVID-19 Beschränkungen geprägt - weiter strenge Kostendisziplin / Neu-Ausrichtung und Digitalisierung in Märkten und Geschäftsfeldern erfolgreich vorangetrieben**

- Kundennachfrage für Sommer 2021 trotz großer Unsicherheiten stark: 2,8 Millionen Buchungen, Durchschnittspreise +20 Prozent im Vergleich zu Sommer 2019, Kapazitätsplanung weiterhin 80 Prozent des Sommerprogramms 2019
- Umsatz im 1. Geschäftsquartal 2021 erreicht trotz massiver Reisebeschränkungen 468,1 Millionen Euro<sup>[1]</sup> (Vorjahr: 3,85 Milliarden Euro)
- Erfolgreiches Kostenmanagement begrenzt Verlust im 1. Quartal 2021: bereinigtes EBIT -698,6 Millionen Euro<sup>1</sup> (Vorjahr: -146,7 Millionen Euro)
- Drittes Corona-Finanzierungspaket erfolgreich umgesetzt: über 98 Prozent der Bezugsrechte wurden ausgeübt
- TUI verfügt über liquide Mittel in Höhe von 2,1 Milliarden Euro (Stand: 03.02.21)<sup>[2]</sup>
- Pauschalreise der TUI bleibt sichere Reiseform - Inzidenz: 0,54<sup>[3]</sup> pro 100.000 TUI-Gästen seit Neustart im Sommer 2020
- Vorstandsvorsitzender Fritz Jousen: "Der britische Markt hat für unser Unternehmen eine besondere Bedeutung. Bei den Impfungen sehen wir dort ein beeindruckendes Tempo und ambitionierte Ziele. Impfungen und Schnelltests machen ein Ende des Stillstands im Tourismus möglich. Es stimmt mich hoffnungsvoll, dass nach einem verhaltenen Start nun auch in anderen Ländern mehr Energie auf Impfungen und die Verfügbarkeit von Schnelltests gelegt wird. Wir sollten alles tun, um schnell zu grundlegenden Freiheiten zurückzukehren und das Reisen wieder zu ermöglichen."

TUI hat im 1. Geschäftsquartal 2021 vor dem Hintergrund weitreichender Lockdowns und massiver Reisebeschränkungen die Neuausrichtung des Konzerns weiter vorangetrieben und ist vorbereitet auf einen Neustart des touristischen Geschäfts in den nächsten Wochen. Der Tourismus war im März 2020 die erste Branche, die von massiven COVID-19 Beschränkungen betroffen war. Mit der Zulassung von hochwirksamen Impfstoffen, mehr Impfungen sowie verlässlichen und in großer Zahl verfügbaren Schnelltests ist die Basis für die Rückkehr zu grundlegenden Freiheiten und auch zu offenen Grenzen geschaffen.

### **Ergebnisse des ersten Geschäftsquartals: Beschleunigte Neuausrichtung des Konzerns fortgesetzt - strenge Kostendisziplin begrenzt Verlust**

Im Berichtszeitraum wurden die bereits vor der Pandemie initiierten Maßnahmen für eine Neuausrichtung des Konzerns weiter vorangetrieben. Auch die Disziplin bei den Kosten sowie liquiditätsstärkende Maßnahmen wurden konsequent weitergeführt. Der monatliche Mittelabfluss konnte dadurch in den drei Berichtsmonaten (Oktober bis Dezember) mit durchschnittlich rund 300 Millionen Euro deutlich gedrückt werden. Zuvor waren vom Konzern 400 bis 450 Millionen Euro erwartet worden. Das bereinigte EBIT auf Basis konstanter Wechselkurse konnte somit auf -698,6 Millionen Euro begrenzt werden (von der Pandemie nicht beeinflusstes Vorjahresquartal: -146,7 Millionen Euro). Der Umsatz erreichte trotz signifikanter Reisebeschränkungen und weltweiter Lockdowns 468,1 Millionen Euro (Vorjahr: 3,85 Milliarden Euro). Die Kanaren gehörten zu den wenigen für Urlauber erreichbaren Destinationen.

### **Aktionäre unterstützen TUI Strategie: erfolgreiche Kapitalerhöhung - Finanzierungspaket umgesetzt**

Im Berichtszeitraum hatte die TUI aufgrund der anhaltenden Pandemielage ein drittes Corona-Finanzierungspaket gemeinsam mit Aktionären, Banken und dem Wirtschaftsstabilisierungsfonds (WSF) vereinbart. Das Paket mit einem Volumen von insgesamt 1,8 Milliarden Euro wurde in der letzten Januarwoche erfolgreich abgeschlossen. Es umfasst eine Bezugsrechtskapitalerhöhung, durch die dem Konzern Mittel in Höhe von rund 500 Millionen Euro zufließen. Die Familie Mordashov als strategischer Aktionär des Konzerns hat sich über ihren bisherigen Anteil hinaus an der Kapitalerhöhung beteiligt und hält nun 30,1 Prozent an der TUI AG. Einschließlich des dritten Finanzpakets und der vorzeitigen Ablösung des im Oktober 2021 fälligen Senior Bonds im Volumen von 300 Millionen Euro verfügte die TUI am 3. Februar 2021 über Finanzmittel in Höhe von 2,1 Milliarden Euro. Damit sichert der Konzern die weitere Liquidität bis zur geplanten Rückkehr des Geschäfts.

### **Ausblick Buchungen Sommer 2021: Menschen wollen reisen - 2,8 Millionen Buchungen für Sommer 21, Durchschnittspreise +20 Prozent**

Trotz der aktuellen Unsicherheiten durch die sich schnell verändernde Pandemielage ist die Nachfrage nach Sommerurlaub gut. Für den Sommer 2021 verzeichnet TUI insgesamt 2,8 Millionen Buchungen - dies entspricht rund 56 Prozent der Buchungen zum

vergleichbaren Zeitpunkt für den Sommer 2019. Die Durchschnittspreise liegen dabei 20 Prozent höher als für den Sommer 2019. Die Kapazität für das Sommerprogramm 2021 entspricht weiterhin rund 80 Prozent des Programms vom Sommer 2019. Auch beim Buchungszeitpunkt machen sich die Unsicherheiten der anhaltenden Pandemie und immer wieder wechselnde Quarantäne- und Reiseauflagen wie erwartet bemerkbar. Wie bereits im vergangenen Sommer und Herbst buchen Kunden kurzfristiger und dadurch später im Jahr.

Fritz Jousen, Vorstandsvorsitzender TUI Group: "Mit strikter Kostendisziplin und der mit Hochdruck vorangetriebenen Neuausrichtung des Konzerns ist es gelungen, den Verlust im abgelaufenen Quartal zu reduzieren. Für den Neustart des Tourismus in 2021 sind unsere Teams in den Reisebüros, bei den Veranstaltern sowie in den Hotel-, Flug- und Kreuzfahrtgesellschaften der TUI vorbereitet. Wie erwartet werden Kunden in diesem Jahr deutlich später ihren Sommerurlaub buchen als in normalen Jahren. Die Nachfrage ist aber weiterhin stark, die Menschen wollen reisen - das zeigt die bereits heute gute Zahl der Buchungen für den Sommer. Auch der Blick auf die in der EU historisch hohe Sparquote unterstreicht, dass der Spielraum für Konsumausgaben hoch ist. Die deutlich gestiegenen Ausgaben für die gebuchten Reisen spiegelt dies sehr deutlich wieder. Die Urlauber holen nach und sind bereit mehr für ihre Ferien zu bezahlen. Für den Tourismus, aber auch für Gastronomie und Kulturbetriebe ist dieser Trend ein gutes Signal. Markt und Kunden sind in den Startlöchern, die Nachfrage ist da. Alle warten darauf wieder eigene Einkünfte durch das Geschäft zu erzielen."

**Reisefreiheit ist Normalität, Beschränkung muss Ausnahme bleiben: Alle Möglichkeiten nutzen um Reisefreiheiten wiederherzustellen - mit verlässlichen Schnelltests und Impfungen ist Basis für offene Grenzen und Sommerurlaub geschaffen - TUI UK: Großbritannien will bis 14. Juli Herdenimmunität erreichen und 75 Prozent der Bevölkerung impfen**

Für eine Wiederaufnahme des Tourismus im Sommer 2021 sind zwei wichtige Voraussetzungen geschaffen: Zum einen sind anders als 2020 hochwirksame Impfstoffe verschiedener Anbieter zugelassen, weitere stehen vor der Zulassung. Besonders gefährdete Menschen werden in den kommenden Wochen ein Impfangebot erhalten. Damit wird der Druck auf die Gesundheitssysteme deutlich weichen. Die Angst vor einer Überforderung der Gesundheitssysteme und der Schutz Älterer sind aktuell aber die Begründung für die Einschränkungen des öffentlichen und privaten Lebens. Zum anderen stehen in ausreichender Zahl verlässliche und preisgünstige Schnelltests zur Verfügung. Damit gibt es Mittel und Wege im Frühling Reisefreiheiten wieder zu ermöglichen.

Fritz Jousen, Vorstandsvorsitzender TUI Group: "Auch wenn es in einigen europäischen Ländern zu Verzögerungen in der ersten Impfpfase kommt, werden die Impfkampagnen in den kommenden Monaten in vielen Lebensbereichen zur Wiederherstellung grundlegender Freiheiten führen. Je entschlossener die Impfkampagnen umgesetzt werden, desto schneller können wir zu einer echten Reisefreiheit zurückkehren. Nach den aktuellen Berichten sind Start und Umsetzung der Impfkampagne in Israel und Großbritannien besonders erfolgreich gewesen. Großbritannien ist wirtschaftlich ein sehr wichtiger und großer Markt für die TUI. Dort schreitet die Impfkampagne sehr zügig voran, nach derzeitiger Planung sollen alle Briten über 50 Jahre bis Anfang Mai ein Impfangebot erhalten. Bis Mitte Juli sollen dort 75 Prozent der Bevölkerung geimpft sein, so dass Herdenimmunität erreicht wird. Das wird unmittelbar Auswirkungen auf das Buchungs- und Reiseverhalten der Briten für den Sommer 2021 haben. Es lässt auch hoffen, dass auch die anderen für die TUI wichtigen europäischen Länder ihre Impfstrategien beschleunigen können. In der Übergangszeit können insbesondere im Tourismus Schnelltests eine wichtige Rolle spielen. Wir sollten diese Möglichkeiten im Sinne der vielen Millionen Beschäftigten im europäischen Tourismussektor und der Reisenden wo immer möglich nutzen. Mit einheitlichen und verlässlichen Regelungen zu Schnelltests können wir Quarantäneverpflichtungen und geschlossene Grenzen hinter uns lassen. Schnelltests statt Quarantäne ist eine Forderung der Reiseindustrie, an der auch die TUI festhält."

**TUI-Reise bleibt in der Pandemie die sicherste Reiseform - Inzidenzwert von 0,54 seit 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 mehr als 2,5 Millionen Gäste einen Urlaub ermöglicht. Dabei wurde auf 100.000 Gäste im Schnitt eine 7-Tage Inzidenz von 0,54 beobachtet (364 registrierte COVID-19 Fälle).

[1] Bei konstanten Wechselkursen und unter Anwendung von IFRS16

[2] Einschließlich 3. Finanzierungspaket und Ablösung des 300 Millionen Euro Senior Bonds

[3] Durchschnittliche 7-Tage Inzidenz im Zeitraum 15. Juni bis 31. Dezember 2020

Weiter Informationen und die Kennzahlen-Tabellen finden Sie auf [www.tuigroup.com](http://www.tuigroup.com)

## Über die TUI Group

Die TUI Group ist der weltweit führende Touristikonzern 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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100004222/100864851> abgerufen werden.