

25.03.2021 - 10:25 Uhr

TUI zur Hauptversammlung 2021: Impfkampagnen, Einsatz von Schnelltests und Fortschritte bei der Bewältigung der Pandemie wirken sich positiv auf das Buchungsverhalten aus

Hannover (ots) -

- Intensive Vorbereitungen auf die Ferienmonate: sicheres und verantwortungsvolles Reisen entlang der gesamten Reisekette
- TUI und TUI fly unterstützen Tests von deutschen Osterurlaubern vor Rückreise nach Deutschland
- TUI appelliert an Urlauber, Hygiene- und Abstandsregeln im Urlaub wie zuhause einzuhalten
- Buchungen konzernweit für Sommer 2021 mit 2,8 Millionen weiter auf ermutigendem Niveau
- Seit Februar insgesamt rund 180.000 zusätzliche Buchungen für die Sommermonate ab Juli
- Höherer Anteil gebuchter Pauschalreisen lässt Durchschnittspreise für den Sommer 2021 steigen: +22 Prozent
- Sommer-Kapazität ab Juli 2021 auf 75 Prozent angepasst
- TUI Group hat Barmittel und verfügbare Fazilitäten zum 22. März 2021 in Höhe von 1,6 Milliarden Euro[1]

Im Rahmen der ordentlichen Hauptversammlung hat TUI Trends bei den aktuellen Buchungen für den Sommer 2021 veröffentlicht. Fortschreitende Impfkampagnen, vermehrt verfügbare Schnell- und Selbsttests in den Märkten und die geplanten Öffnungsstrategien einiger europäischer Regierungen zeigen einen positiven Effekt auf das Buchungsverhalten der TUI Kunden. Insbesondere in den Märkten Deutschland und UK wird ein erheblicher Nachholbedarf der Urlauber erwartet. Es zeigt sich auf allen Vertriebskanälen das zunehmende Interesse an Urlauben in der Sommersaison. Die Nachfrage der Kunden ist da, die Menschen wollen reisen. Die Marke TUI steht für sicheren und verantwortungsvollen Urlaub. Entscheidend sind Fortschritte bei der Bekämpfung der Pandemie. Es gibt aber Grund sehr optimistisch nach vorne zu blicken: Anders als im Sommer 2020 sind im Sommer 2021 Impfstoffe verschiedener Hersteller verfügbar, die Impfungen haben begonnen und Reisende können Schnell- und Selbsttests nutzen. Das ist ein deutlicher Fortschritt und ist ermutigend für den Alltag und das Leben in den europäischen Märkten und für Menschen und Unternehmen in den Urlaubsländern.

In Deutschland unterstützt TUI die Initiative der Fluggesellschaften und der deutschen Regierung, alle Reisenden während der Ostertage vor dem Rückflug nach Deutschland am Urlaubsort zu testen. Darüber hinaus werden besondere Vorkehrungen für den Osterreiseverkehr getroffen. Das Testen und das Impfen sind wichtig, um aus der Pandemie zu kommen und den Familien einen normalen Reisesommer ermöglichen zu können, beim Urlaub "zu Hause" wie bei Reisen an das Mittelmeer. TUI appelliert zudem an die Gäste die geltenden Abstands- und Hygiene-Regeln wie zu Hause, auch während der Anreise, auf dem Flug sowie am Urlaubsort einzuhalten. Alle aktuellen Urlaubsangebote sind auf Entspannung, Strandspaziergänge und das bewusste Erleben der Natur ausgerichtet. Die TUI Sicherheits- und Hygiene-Programme am Urlaubsort haben das gleiche hohe Niveau wie die Maßnahmen der Regierungen in den europäischen Quellmärkten.

Sommer 2021: 2,8 Millionen Buchungen - Kapazität in Hauptreisezeit ab Juli 2021 bei 75 Prozent

Insgesamt liegen die Buchungen für den Sommer 2021 bei TUI konzernweit einschließlich Umbuchungen und Gutschein-Einlösungen unverändert auf einem ermutigenden Niveau von 2,8 Millionen Gästen - allerdings damit um 60 Prozent unterhalb des vergleichbaren Stands für den Sommer 2019. Die Gesamtkapazitäten für die Hauptreise-Monate im Sommer ab Juli 2021 wurden auf 75 Prozent (zuvor: 80 Prozent) im Vergleich zu 2019 angepasst. Das flexible Geschäftsmodell erlaubt eine nachfrageorientierte Kapazitätssteuerung und für die Hauptreisesaison im Sommer streben wir eine gute Auslastung und wieder bessere Margen an. Der Konzern bleibt flexibel, um die Kapazität kurzfristig wieder zu erhöhen, sobald weitere Fortschritte bei der Pandemie-Bewältigung und den Impfkampagnen erreicht sind, Reisebeschränkungen aufgehoben werden und die Kundennachfrage steigt. Das Ziel bleibt sicherer und verantwortungsvoller Urlaub mit sehr hohen Hygiene-Standards während der Reise.

Die Bewältigung und Eingrenzung der Pandemie steht weiter im Vordergrund der politischen Entscheidungen. Dieser staatliche Rahmen gibt auch vor, in welchem Umfang und zu welchem Zeitpunkt Geschäft möglich wird. Im Vergleich zum Buchungsstand im Februar konnte die TUI insgesamt rund 180.000 neue Kundenbuchungen für die wichtigen Urlaubsmonate im vierten Geschäftsquartal (Juli, August, September) verzeichnen. Darüber hinaus haben viele Gäste aus Großbritannien, die einen Urlaub vor dem 17. Mai 2021 geplant hatten und vom angepassten Programm betroffen sind, nicht storniert, sondern umgebucht und dann einen späteren Reisetag im Jahr 2021 gewählt. So liegen beispielsweise die Buchungen für Oktober 2021 bei TUI UK um 12 Prozent im Plus. Der unverändert starke Nachholbedarf und Wunsch nach Reisen zeigt sich in Großbritannien auch bereits bei den Buchungen für den übernächsten Sommer 2022: diese liegen um rund 120 Prozent höher (gegenüber Vorjahr für Sommer 2021), insbesondere die Buchungen für Mai 2022 verzeichnen ein Plus um mehr als 150 Prozent (gegenüber Vorjahr für Mai 2021).

Liquidität weiterhin gesichert

Im Januar hatte die TUI das dritte Finanzierungspaket einschließlich Kapitalerhöhung erfolgreich abgeschlossen. Vor dem Hintergrund einer weiter anhaltenden Pandemie wurde somit ausreichend Liquidität bis zum Sommer gesichert. Mit Teilen der

Mittelzuflüsse aus der Kapitalerhöhung wurde im Februar der ausstehende 300 Millionen Euro Senior Bond vorzeitig abgelöst. Dies verlängerte die Laufzeiten der bestehenden staatlichen Kredite bis zum Sommer 2022. Die TUI verfügte zum 22. März 2021 über Barmittel und abrufbare Fazilitäten in Höhe von 1,6 Milliarden Euro[1].

[1] pro Forma einschließlich 3. Finanzierungspaket

Über die TUI Group

Die TUI Group ist der weltweit führende Touristikkonzern und weltweit aktiv. Sitz des Konzerns ist Deutschland. Die Aktie der TUI notiert im FTSE 250 Index der Londoner Wertpapierbörse, sowie im Freiverkehr in Deutschland.

Der TUI Konzern beschäftigt weltweit mehr als 50.000 Mitarbeiter und 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 England. 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
TUI Group
Corporate Communications
Tel. +49 (0) 511 566 6024
kuzey.esener@tui.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100004222/100867742> abgerufen werden.