



TUI Blue verbindet das Beste aus Hotelurlaub und Individualreise. Nach der erfolgreichen Pilotphase wird die Lifestyle-Marke nun auf rund 100 Hotels mit etwa einer Millionen Gästen wachsen.

» Im Magazin „moments“ nimmt uns Hoteldirektor Yavuz Zeyrek in „Blaupause“ mit zu den Anfängen von TUI Blue im türkischen Sarigerme Park – und verrät das Erfolgsgeheimnis.



1

ZUSAMMEN- GEFASSTER LAGEBERICHT*

| | |
|-----|---|
| 28 | TUI Group Strategie |
| 32 | Grundlagen der TUI Group |
| 32 | Konzernstruktur |
| 35 | Wertorientierte Konzernsteuerung |
| 40 | Risikobericht |
| 56 | Gesamtaussage des Vorstands und Prognosebericht |
| 61 | Wirtschaftsbericht |
| 61 | Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen |
| 65 | Ertragslage des Konzerns |
| 69 | Geschäftsentwicklung in den Segmenten |
| 74 | Vermögenslage des Konzerns |
| 76 | Finanzlage des Konzerns |
| 83 | Nichtfinanzielle Konzernklärung |
| 102 | Jahresabschluss der TUI AG |
| 105 | Übernahmerechtliche Angaben |
| 107 | TUI Aktie |

* Der vorliegende zusammengefasste Lagebericht umfasst neben dem TUI Konzern auch die TUI AG. Er wurde gemäß § 289, 289a, § 315, § 315a, § 315b, § 315c und § 315d Handelsgesetzbuch (HGB) aufgestellt.

Darüber hinaus sind der Vergütungsbericht und die Erklärung zur Unternehmensführung sowie die Kennzahlentabelle Bestandteile des zusammengefassten Lageberichts.

TUI GROUP STRATEGIE

Vom integrierten Touristikonzern zum integrierten digitalen Touristik-Ecosystem

TOURISMUSBRANCHE BLEIBT ATTRAKTIV

Als ein weltweit operierender Touristikonzern betreut TUI jährlich 21 Mio. Kunden¹ in ihrem Ecosystem. Die Tourismusbranche bleibt weiterhin attraktiv: Das Wachstum der Branche liegt seit knapp einem Jahrzehnt über dem Wachstum des BIPs und bietet somit eine ausgezeichnete Grundlage für das Wachstum unseres Geschäfts.

Die externen Rahmenbedingungen für unsere Segmente Hotels, Kreuzfahrten und Zielgebietserlebnisse sind weiterhin besonders vorteilhaft: Das globale Verkaufsvolumen wächst im Bereich Hotels und Kreuzfahrten auf die nächsten fünf Jahre gesehen um mehr als 4 %, im Bereich Zielgebietserlebnisse liegt das Wachstum sogar bei 7 %. Gleichzeitig sieht sich jedoch unser Geschäftsbereich Märkte & Airlines mit konjunkturellen und strukturellen Herausforderungen konfrontiert.

DIE STRATEGIE DER TUI GROUP

Nach wie vor sehen wir unser integriertes Geschäftsmodell als einen Erfolgsfaktor und als das Kernelement unserer Strategie. Der direkte Zugang zu 21 Mio. Kunden¹ in unseren wichtigsten Quellmärkten des Geschäftsbereichs Märkte & Airlines, in denen wir starke Marktpositionen (mit Marktanteilen zwischen 20 % und 40 %) innehaben, ermöglicht uns hohe Renditen in unserem Geschäft mit Urlaubserlebnissen. Zudem ist dies eine große Basis für das Upselling² digitalisierter Produkte. Daher wollen wir unseren Wachstumskurs fortsetzen und unser integriertes Modell durch Investitionen in unsere Kundenbasis und unsere eigenen Produkte ausbauen. Während wir in den letzten Jahren durch die Reinvestition der Veräußerungserlöse aus dem Verkauf von nicht zum Kerngeschäft gehörenden Gesellschaften erheblich in das Wachstum eigener Produkte investiert haben, wollen wir unser Wachstum künftig stärker auf die digitale Kundengewinnung fokussieren und damit das Wachstum unseres integrierten Geschäftsmodells in beiden Bereichen fortsetzen. Durch unsere digitalen Plattformen können wir das Wachstum unserer Kundenbasis beschleunigen und ein digitales Ecosystem schaffen, das uns Upselling- und Crossselling³-Chancen für den Vertrieb unserer touristischen Angebote an eine noch größere TUI Kundenbasis eröffnet. Zugleich wollen wir dadurch die Individualisierung unserer Urlaubsangebote für unsere Kunden vorantreiben.

¹ Kunden im Geschäftsbereich Märkte & Airlines.

² Verkauf höherwertiger Produkte.

³ Querverkauf von sich ergänzenden Produkten.



VIER KONKRETE STRATEGISCHE INITIATIVEN

Die Strategie unseres Konzerns wird durch vier konkrete strategische Initiativen getragen.

1. MÄRKTE & AIRLINES: SICHERUNG UND NACH MÖGLICHKEIT AUSBAU STARKER POSITIONEN

Die Ergebnisse unseres Geschäftsbereichs Märkte & Airlines im Geschäftsjahr 2019 waren durch eine Reihe besonderer externer Herausforderungen wie den geplanten Brexit und das Flugverbot für Boeing 737 Max-Maschinen geprägt. Gleichzeitig halten die konjunkturellen und strukturellen Herausforderungen in Form von Überkapazitäten und Kostendruck an. Beide Faktoren könnten zu einer weiteren Marktkonsolidierung, insbesondere in der Luftverkehrsbranche, beitragen, nachdem die Insolvenz eines bedeutenden Wettbewerbers bereits zu einer stärkeren Konsolidierung im Veranstaltermarkt geführt hat. Wir wollen uns diesen strukturellen Herausforderungen weiterhin stellen, durch eine verbesserte Kostenposition und höhere Flexibilität. Eine zentralisierte IT und Prozesse als wesentliche Elemente unserer „Markets Transformation & Domaining“-Initiative sollen es uns ermöglichen, schneller und innovativer zu agieren. Dadurch können wir unser Produktangebot über klassische Veranstalterreisen hinaus ausbauen und attraktive Wachstumssegmente wie „Nur Unterkunft“- und dynamisch paketierte Angebote erschließen. Zugleich ermöglicht uns dieser Ansatz, wettbewerbsfähig zu bleiben und unsere führenden Positionen im traditionellen Pauschalreisemarkt zu sichern, unterstützt durch das Management der Anlagenintensität unserer Airlines.

2. HOTELS UND KREUZFAHRTEN: STARKE EXPANSION UND ERHÖHUNG DER RENDITEN DANK VERTIKALER INTEGRATION

Mit 411 Hotels hat TUI ein verhältnismäßig großes und hochprofitables Ferienhotelgeschäft (mit einem ROIC von 14 %) aufgebaut. Wir profitieren hierbei von unserer vertikalen Integration, da wir die Vertriebsstärke im Bereich Märkte und Airlines nutzen können, um unsere Kunden in TUI Hotels und Kreuzfahrten zu steuern. Wir setzen die Investitionen in die weitere Expansion und Diversifizierung unseres Portfolios fort und profitieren außer von den eigenen Investitionen auch von unseren Joint Venture-Strukturen. Dabei werden wir unsere Kapitalintensität gegenüber den Investitionsausgaben der letzten Jahre reduzieren. Außerdem werden wir das kapitalschonende Wachstum unserer Marke TUI Blue beschleunigen. Wir planen, dieses Portfolio bis zum Ende des Geschäftsjahres 2020 von rund zehn auf knapp 100 Hotels auszubauen,⁴ vor allem im Rahmen von Management- oder Franchiseverträgen. Geografisch gesehen bleiben die Karibik, Südostasien und Afrika im Fokus unserer Investitionen.

Mit einer starken Nachfrage und knappem Angebot bleiben die Rahmenbedingungen in unserem Kreuzfahrtgeschäft weiterhin stark und bilden die Grundlage für weiteres Wachstum. Wir werden hier weiterhin investieren, um unsere Kapazitäten auszubauen und zu modernisieren, insbesondere durch unser Joint Venture TUI Cruises.



3. GDN-OTA-PLATTFORM: AUSBAU DER REICHWEITE AUF BASIS WETTBEWERBSFÄHIGER PREISE ZUR GEWINNUNG VON KUNDEN FÜR DAS TUI ECOSYSTEM

TUI hat in sechs Märkten⁵, komplementär zu den bestehenden Märkte & Airlines-Geschäften, eine neue Online-Distributionsplattform („GDN-OTA“) aufgebaut. Diese fokussiert sich zur Zeit insbesondere auf „Nur Unterkunft“-Angebote, das Meta-Suche-Geschäft und kombinierte Flug- und Hotelangebote auf Basis von Partnerschaften mit Airlines. Anders als in unseren traditionellen Veranstalterreisemärkten betreibt TUI in diesen neuen Märkten keine eigene Airline, sondern nutzt flexibel kontrahierte Flugkapazitäten. Anfänglich werden wir unsere GDN-OTA-Plattform zur Kundengewinnung betreiben, indem wir Kunden durch sehr wettbewerbsfähige Preise gewinnen und bereit sind, die Plattform kostenneutral oder mit geringen Verlusten zu betreiben, um unseren Marktanteil auszubauen und Kunden in das TUI Ecosystem zu bringen. Eines unserer Hauptziele bleibt jedoch, möglichst viele neue Kunden in unsere eigenen Hotels zu bringen und Crossselling-Chancen für unsere Produkte zu ermöglichen. Dies soll die Margen in unserem Urlauberlebnisse-Geschäft weiter steigern. Unsere Kundenbeziehungsmanagement-Systeme sollen dieses digitale Up- und Crossselling unterstützen und sich auf die Kundenbindung innerhalb des TUI Ecosystem fokussieren. Aktuell haben wir 250.000 GDN-OTA-Kunden jährlich und sind zuversichtlich, unser Ziel von 1 Mio. Kunden bis zum Jahr 2022 jetzt noch wesentlich früher zu realisieren, indem wir unsere Plattform für weitere Märkte und das globale Meta-Suche-Geschäft öffnen. Wir sehen die strategische Chance, dass diese Plattform auch für unabhängige Hoteliers zum führenden Vertriebssystem werden kann, insbesondere in der Kombination mit unseren Marken und ausgefeilten Immobilienmanagementsystemen, die TUI als ganzheitlichen, digitalen Hoteldienstleister positionieren.

⁴ Unter anderem durch Repositionierung bestehender Häuser.

⁵ Spanien, Portugal, Indien, Brasilien, China, Malaysia.

4. URLAUBSERLEBNIS-PLATTFORM: AUSBAU DER REICHWEITE IM AKTIVITÄTENMARKT UND GEWINNUNG VON KUNDEN FÜR DAS TUI ECOSYSTEM

Der Markt für Touren und Aktivitäten umfasst ein Verkaufsvolumen von rund 150 Mrd. € und wächst um ca. 7 % jährlich.⁶ In diesem Markt hat TUI mit einem Bestand von rund 150.000 Angeboten ein wachsendes Plattformgeschäft aufgebaut. Unser Geschäftsmodell basiert auf einer für Angebot und Nachfrage offenen Plattform, die für Direktbuchungen, Vertriebspartner und Drittanbieter von kuratierten Produkten zugänglich ist, während wir zugleich unsere eigenen Kunden betreuen und unsere eigenen Zielgebietserlebnisse anbieten. Wir verzeichnen hohe, profitable Wachstumsraten⁷, werden jedoch anfänglich gegebenenfalls zu Lasten der Margen in eine beschleunigte Kundengewinnung investieren. Wie bei unserer GDN-OTA-Initiative nutzen wir unsere Kundenbeziehungsmanagement-Systeme für das Upselling und Crossselling unserer Produkte an neu gewonnene Kunden. Wir sehen die Produkttiefe als Hauptbeschränkung für eine Beschleunigung des Wachstums unserer Plattform und setzen daher unsere Investitionen in sowohl organisches als auch anorganisches Wachstum unseres Produktangebots fort, um unsere Vision zu realisieren, unseren Kunden „1 million things to do“ anzubieten.

ZUSAMMENFASSUNG UND FAZIT

TUI hat ein profitables Geschäft aufgebaut, unser integriertes Geschäftsmodell erweist sich als erfolgreich. Um weiteres Wachstum des integrierten Modells in beiden Bereichen – Kunden und Urlaubserlebnisse – zu realisieren, wird TUI den Schwerpunkt außer auf weitere Investitionen in Hotels und Kreuzfahrtschiffe auch auf eine Beschleunigung des Wachstums der Gästezahlen legen. Auch wenn dieser Ausbau der Kundenbasis anfänglich möglicherweise mit geringeren Margen verbunden sein wird, sollen dadurch mehr Kunden für das TUI Ecosystem gewonnen werden. Nach der Akquise werden wir unsere digitalisierten Kundenbeziehungsmanagement-Systeme für das Upselling und Crossselling eigener Produkte nutzen. Dadurch wollen wir die Margen in unserem Urlaubserlebnisse-Geschäft steigern – zusätzlich zu der Nachfrage in unserem traditionellen Märkte & Airlines Geschäfts, die durch unsere Transformation & Domaining-Initiative wettbewerbsfähiger werden sollen.

⁶ 2018–2023.

⁷ Gemessen am bereinigten EBITA.



Unsere Umwelt

Nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln ist für die TUI Group ein Eckpfeiler unserer Strategie zur kontinuierlichen Steigerung des Unternehmenswerts. So wollen wir die Voraussetzungen für einen langfristigen Erfolg sichern und Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismussektors übernehmen.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie „Better Holidays, Better World“ zielt im Handlungsfeld „Step lightly“ darauf ab, die Umweltauswirkungen unserer Geschäftsbeziehungen zu reduzieren, und legt Ziele für Verbesserungen in allen wesentlichen Konzernbereichen fest.

Treibhausgasemissionen und ihr Einfluss auf den Klimawandel sind eine der größten globalen Herausforderungen für die Tourismusindustrie. Im Geschäftsjahr 2019 sanken die absoluten Gesamtemissionen der TUI Group gegenüber dem Vorjahr, maßgeblich bedingt durch den Verkauf der Airline Corsair. Der spezifische CO₂-Ausstoß unserer Airlines stieg im Geschäftsjahr 2019 leicht um 0,9 % auf 65,2 g / pkm (Vorjahr 64,6 g / pkm, exklusive Corsair). Dies liegt insbesondere in einem Rückgang der allgemeinen Auslastung und im Grounding der Boeing 737 Max begründet. Gleichwohl gehören unsere Airlines weiterhin zu den emissionseffizientesten Airlines Europas – und wir bemühen uns kontinuierlich um weitere Verbesserungen.

Durch das Flugverbot für die Boeing 737 Max und die damit verspäteten Auslieferungen sehen wir einen negativen Effekt auf unser ursprüngliches Ziel, die CO₂-Intensität unserer Flugzeugflotte um 10 % bis 2020 zu senken (Referenzjahr 2014, 67,56 g CO₂ / pkm). Bislang konnten im Vergleich zum Basisjahr 2014 Verbesserungen von 3,6 % im Bereich der CO₂-Intensität erreicht werden.

 Für Details siehe Seite 83 ff.

Unsere Mitarbeiter

Der Einsatz von qualifizierten und engagierten Mitarbeitern ist für uns eine wesentliche Voraussetzung für den langfristigen Erfolg der TUI AG. Damit wir den technischen, kulturellen und organisatorischen Herausforderungen der digitalen Transformation erfolgreich begegnen können, ist es einerseits unser Ziel, unsere Mitarbeiter dazu zu befähigen, mit dem Wandel der Zeit zu gehen. Andererseits gilt es, neue „Changemaker“ zu akquirieren. Wir möchten ein attraktiver Arbeitgeber sein, dessen Mitarbeiter sich mit Leidenschaft für unser Unternehmen einsetzen und eine den persönlichen Bedürfnissen entsprechende Förderung erhalten. „The best company to work for“ stellt daher das wesentliche Ziel im Rahmen der gruppenweiten HR-Strategie dar. Unser Engagement Index⁸ in 2019 entspricht mit 76 dem Vorjahreswert. Unser Ziel ist es, das Mitarbeiterengagement bis 2020 auf mehr als 80 Punkte zu steigern, um in diesem Bereich zu den führenden 25 globalen Unternehmen zu gehören.

⁸ Der Engagement Index setzt sich zusammen aus dem individuellen Commitment sowie dem Teamcommitment unserer Mitarbeiter und beschreibt die Verbundenheit mit dem Unternehmen. Die Fragen zur Berechnung des Engagements (=Commitment) beziehen sich auf die Zufriedenheit des Individuums mit dem Arbeitsverhältnis, einer möglichen Weiterempfehlung des Arbeitgebers, Stolz, Motivation, dem Glauben an die zukünftige Ausrichtung sowie der Bereitschaft die Anforderungen und Erwartungen zu übertreffen.

GRUNDLAGEN DER TUI GROUP

Konzernstruktur



URLAUBSERLEBNISSE

Hotels & Resorts
Kreuzfahrten
Zielgebietserlebnisse

MÄRKTE & AIRLINES

Region Nord
Region Zentral
Region West

ALLE ÜBRIGEN SEGMENTE

Dachgesellschaft TUI AG

Die TUI AG ist die Dachgesellschaft der TUI Group und hat ihren Geschäftssitz in Hannover und Berlin. Sie hält direkt oder indirekt über Beteiligungsgesellschaften Anteile an den Konzerngesellschaften, die das operative Geschäft des Konzerns in den einzelnen Ländern betreiben. Insgesamt gehörten am Bilanzstichtag 288 unmittelbare und mittelbare Tochterunternehmen zum Konsolidierungskreis der TUI AG. Zudem wurden 21 assoziierte Unternehmen und 30 Gemeinschaftsunternehmen nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss der TUI AG einbezogen.

➔ Für Details zu den Konsolidierungsgrundsätzen und -methoden sowie zum Anteilsbesitz siehe Seite 170 und 275.

ORGANISATION UND LEITUNG

Die TUI AG ist eine Aktiengesellschaft deutschen Rechts, deren Grundprinzip das duale Führungssystem mit den Organen Vorstand und Aufsichtsrat ist. Vorstand und Aufsichtsrat arbeiten bei der Steuerung und Überwachung des Unternehmens eng zusammen. Dabei trägt der Vorstand die Gesamtverantwortung für die Leitung des Unternehmens.

Die Ernennung und die Abberufung der Mitglieder des Vorstands richten sich nach §§84 f. AktG in Verbindung mit §31 MitbestG. Satzungsänderungen erfolgen nach den Regelungen der §§179 ff. AktG in Verbindung mit §24 der Satzung der TUI AG.

VORSTAND UND GROUP EXECUTIVE COMMITTEE

Der Vorstand der TUI AG bestand zum Bilanzstichtag aus dem Vorstandsvorsitzenden sowie fünf weiteren Vorstandsmitgliedern.

🔄 *Vorstandsressorts: Siehe Seite 116.*

Für die strategische und operative Führung der TUI Group ist ein Group Executive Committee eingerichtet. Es bestand zum 30. September 2019 aus zwölf Mitgliedern und tagt unter der Leitung des Vorstandsvorsitzenden Friedrich Jousen.

🔍 Für Details siehe www.tuigroup.com/de-de/investoren/corporate-governance

Struktur der TUI Group

Die TUI Group ist ein weltweit operierender Touristikonzern. Die Kerngeschäfte der TUI Group, Urlaubserlebnisse und Märkte & Airlines, gliedern sich in die Segmente Hotels & Resorts, Kreuzfahrten und Zielgebietserlebnisse sowie die drei Regionen Nord, Zentral und West. Darüber hinaus gehören Alle übrigen Segmente zur TUI Group.

Abgesehen von einzelnen Umgliederungen wurde der Konzern damit in der Struktur ähnlich wie im Vorjahr geführt. Die Umgliederungen betrafen die italienischen Veranstalter, die im Q1 2019 aus Allen übrigen Segmenten in die Region Zentral umgegliedert wurden. Darüber hinaus wurden die Crystal-Ski-Gesellschaften, die Dienstleistungen in den Zielgebieten erbringen, aus der Region Nord in das Segment Zielgebietserlebnisse umgegliedert.

Des Weiteren wurde im Geschäftsjahr in der internen Berichterstattung die Zuordnung des Ergebnisses (bereinigtes EBITA) aus der konzerninternen Weitervermietung von Flugzeugen auf die Segmente verändert. Die Flugzeugleasinggesellschaften des TUI Konzerns (enthalten in Alle übrigen Segmente) halten die Flugzeuge des TUI Konzerns und vermieten diese konzernintern an die Fluggesellschaften weiter (Region Nord, Region Zentral und Region West). In der internen Berichterstattung des TUI Konzerns wird das positive bereinigte EBITA, das die Flugzeugleasinggesellschaften aus der konzerninternen Weitervermietung der Flugzeuge erzielen, den Fluggesellschaften zugeordnet, die das jeweilige Flugzeug nutzen. Infolgedessen reduziert sich das bereinigte EBITA von Alle übrigen Segmente, während das bereinigte EBITA der Segmente Region Nord, Region Zentral und Region West in gleicher Höhe steigt. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst. Da lediglich die Zuordnung des bereinigten EBITA geändert wird, bleiben die internen Umsatzerlöse und die weiteren Segmentkennzahlen unverändert. Diese Anpassung hat zudem keinen Einfluss auf das bereinigte EBITA des Konzerns.

Die Vorjahreswerte wurden entsprechend der neuen Segmentierung angepasst.

URLAUBSERLEBNISSE

Unter der Bezeichnung Urlaubserlebnisse fassen wir unsere Hotel-, Kreuzfahrt- und Zielgebietsaktivitäten zusammen.

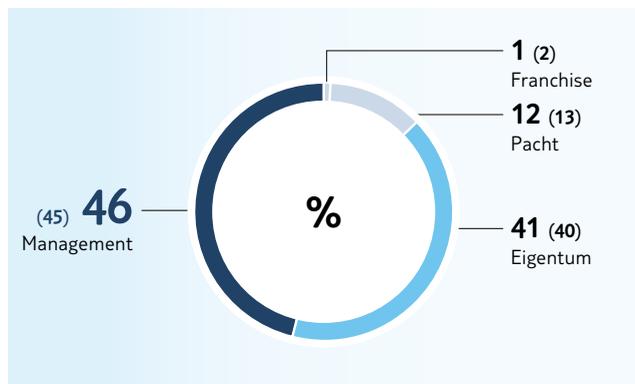
HOTELS & RESORTS

Das Segment Hotels & Resorts umfasst das diversifizierte Portfolio unserer eigenen Hotelmarken und der Hotelbeteiligungen der TUI Group. Das Segment bündelt Hotelgesellschaften, an denen Mehrheitsbeteiligungen bestehen, Joint Ventures mit lokalen Partnern, Gesellschaften, an denen Beteiligungen mit einem maßgeblichen Einfluss gehalten werden, sowie Hotels, für die Managementverträge abgeschlossen wurden.

Im Geschäftsjahr 2019 umfasste das Segment Hotels & Resorts insgesamt 354 Hotels mit 262.644 Betten. Mit 328 Häusern gehört die Mehrzahl zu den Vier- oder Fünf-Sterne-Hotels. 46% wurden im Rahmen von Managementverträgen betrieben, 41% befanden sich im Eigentum der jeweiligen Hotelgesellschaft, 12% waren gepachtet und 1% der Anlagen wurde über Franchisevereinbarungen geführt.

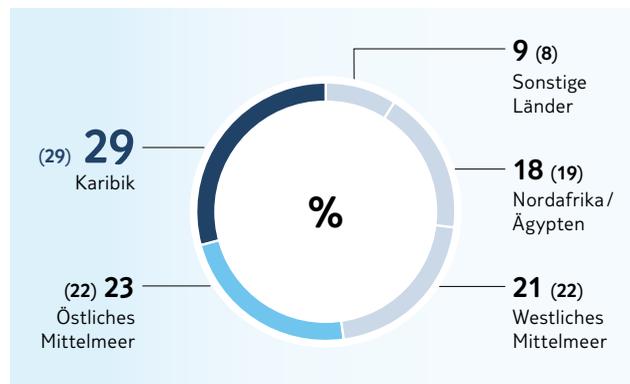
Darüber hinaus wurden per 30. September 2019 57 Hotels von Dritthoteliers im Rahmen der internationalen TUI Konzeptmarken betrieben, sodass sich die Gesamtzahl inklusive der Hotels von Drittanbietern auf 411 belief.

Finanzierungsstruktur Hotels & Resorts in %



Vorjahreswerte in Klammern.

Eigene Hotelbetten nach Regionen in %



Hotels & Resorts Portfolio

| Hotelmarke | 3 Sterne | 4 Sterne | 5 Sterne | Hotels, gesamt | Betten | Hauptstandorte |
|---------------------------|-----------|------------|------------|----------------|----------------|---|
| Riu | 3 | 49 | 47 | 99 | 90.460 | Spanien, Mexiko, Karibik, Kapverden, Portugal, Marokko |
| Robinson | 0 | 17 | 6 | 23 | 13.927 | Spanien, Griechenland, Türkei, Österreich |
| Blue Diamond | 3 | 12 | 17 | 32 | 30.080 | Kuba, Dom. Rep., Jamaika, Mexiko, Saint Lucia |
| Übrige Hotelbeteiligungen | 20 | 119 | 61 | 200 | 128.177 | Spanien, Griechenland, Türkei, Ägypten |
| Gesamt | 26 | 197 | 131 | 354* | 262.644 | |

*Zuzüglich der 57 Hotels unserer internationalen Konzeptmarken, betrieben von Dritthoteliers.
Stand: 30. September 2019

Riu ist die größte Hotelgesellschaft im Portfolio von Hotels & Resorts und hat ihren Sitz auf Mallorca. Das Unternehmen betreibt weltweit überwiegend Anlagen der 4- und 5-Sterne-Kategorie, die sich im Wesentlichen in Spanien, Mexiko und der Karibik befinden. Die drei Produktlinien Riu Clubhotels, Riu Plaza (Stadthotels) und Riu Palace (Premiumsegment) sprechen verschiedene Kundengruppen an.

Robinson betreibt Clubhotels im Vier- und Fünf-Sterne-Segment und ist damit ein führender deutscher Anbieter für Cluburlaub. Die Hauptstandorte liegen in Spanien, Griechenland, der Türkei, auf den Malediven und in Österreich.

Blue Diamond ist eine Hotelkette im karibischen Raum. Zum Segment Hotels & Resorts gehören 32 Anlagen in der Karibik und Mexiko.

Zu den übrigen Hotelbeteiligungen gehört insbesondere die Flagship Marke TUI Blue, deren Portfolio durch die Zusammenführung der bisherigen Angebote von TUI Blue sowie der Konzeptmarkenhôtels von TUI Sensimar und TUI Family Life ausgebaut wird. Inklusiv der auf das TUI Blue-Konzept umgestellten Hotels soll TUI Blue im Sommer 2020 mit 97 Hotels in 18 Ländern in die neue Saison starten, wobei auch neue Häuser, unter anderem in Fernstreckenzielen wie Vietnam oder Sansibar, das Portfolio ergänzen werden. TUI Blue ist die jüngste Hotelmarke der TUI Group und richtet sich an ein internationales Publikum.

Zu unseren Hotels, die von Dritthoteliers betrieben werden, gehören insgesamt 57 Anlagen zu unseren internationalen Konzeptmarken, so dass zur TUI Group insgesamt 411 Hotels gehören.

KREUZFAHRTEN

Das Segment Kreuzfahrten umfasst das Gemeinschaftsunternehmen TUI Cruises sowie Marella Cruises und Hapag-Lloyd Cruises. Die drei Kreuzfahrtslinien bedienen mit ihren zum Bilanzstichtag insgesamt 17 Schiffen verschiedene Zielgruppen mit unterschiedlichen Dienstleistungskonzepten.

Finanzierungsstruktur Kreuzfahrtflotte

| | Eigentum | Finance Lease | Operating Lease | Summe |
|--------------------------------|----------|---------------|-----------------|-------|
| TUI Cruises (Joint Venture) | 7 | – | – | 7 |
| Marella Cruises | 4 | 2 | – | 6 |
| Hapag-Lloyd Cruises | 4 | – | – | 4 |

Stand: 30. September 2019

TUI Cruises ist ein Gemeinschaftsunternehmen, an dem die TUI AG und die US-amerikanische Reederei Royal Caribbean Cruises Ltd. je zur Hälfte beteiligt sind. TUI Cruises nimmt mit ihren sieben Schiffen Spitzenpositionen im Bereich Kreuzfahrten im deutschsprachigen Raum ein: Der Berlitz Cruise Guide 2020, international wichtigster Gradmesser für die Bewertung von Kreuzfahrtschiffen, hat vier der Schiffe von TUI Cruises in die Top Five der Kategorie „Große Schiffe“ gewählt.

Marella Cruises bietet im britischen Markt mit einer Flotte von sechs Schiffen Kreuzfahrten in unterschiedlichen Segmenten wie Familienurlaub oder Städtereisen an.

Hapag-Lloyd Cruises nimmt mit ihrer Flotte von vier Kreuzfahrtschiffen in den Segmenten Luxus- und Expeditionskreuzfahrten eine führende Position ein. Der Berlitz Cruise Guide hat die Flaggschiffe Europa und Europa 2 zum wiederholten Mal und als einzige Schiffe mit der Bestnote 5 Sterne Plus ausgezeichnet. Im Expeditionssegment erhielt die Hanseatic nature 5 Sterne als bestes Boutiqueschiff und die Bremen 4 Sterne. Das Luxus-Expeditionssegment wurde im Oktober 2019 um die Hanseatic inspiration erweitert, während ab 2021 die Hanseatic spirit die Flotte verstärken soll.

ZIELGEBIETSERLEBNISSE

Im Segment Zielgebietserlebnisse werden Dienstleistungen vor Ort in den weltweiten Urlaubsdestinationen erbracht. TUI ist in rund 45 Ländern mit eigenen Mitarbeitern präsent und bietet Touren, Aktivitäten und Ausflüge in den Zielgebieten an. Mit dem Erwerb

des Technologie-Start-ups Musement im Geschäftsjahr 2019 verfügt TUI über eine Online-Plattform, über die auch kleine und mittelständische Betriebe nach einer Qualitätsprüfung ihre Dienste am Urlaubsort anbieten können.

MÄRKTE & AIRLINES

Wir verfügen mit den drei Regionen Nord, Zentral und West über gut aufgestellte Vertriebs- und Marketingorganisationen, die jährlich rund 21 Mio. Kunden attraktive Urlaubserlebnisse bieten. Der Vertrieb stützt sich dabei auf Online- und Offline-Vertriebskanäle. Die Reisebüros operieren als Eigentumsbetriebe, Joint Ventures oder Fremdbetreibermodelle. Um unseren Kunden eine große Auswahl an Hotelunterkünften anbieten zu können, greifen unsere Quellmarktorganisationen auf ein großes Portfolio eigener Hotels zurück. Sie haben darüber hinaus Zugriff auf zum Teil fest kontrahierte Bettenkapazitäten von Drittanbietern.

Unseren eigenen Flugkapazitäten kommt in unserem Geschäftsmodell weiterhin eine wichtige Rolle zu. Durch die Kombination der eigenen Kapazitäten mit denen von Drittanbietern können wir unsere Reiseangebote in den einzelnen Quellmarktregionen marktgerecht zuschneiden und auf Änderungen in den Kundenpräferenzen flexibel reagieren. Durch die abgestimmte Steuerung der Flug- und Hotelkapazitäten sind wir in der Lage, Destinationen zu entwickeln, in denen wir die Margen beider Leistungsträger optimieren können.

REGION NORD

Das Segment Region Nord enthält die Veranstalter und Fluggesellschaften in Großbritannien, Irland und den Nordischen Ländern.

Daneben werden diesem Segment die strategische Beteiligung Sunwing in Kanada und das assoziierte Unternehmen TUI Russia zugeordnet.

REGION ZENTRAL

Das Segment Region Zentral umfasst die Veranstalter und Fluggesellschaften in Deutschland sowie die Veranstalter in Österreich, Polen, der Schweiz und Italien.

REGION WEST

Dem Segment Region West werden die Veranstalter und Fluggesellschaften in Belgien und den Niederlanden sowie die Veranstalter in Frankreich zugeordnet.

ALLE ÜBRIGEN SEGMENTE

Zu „Allen übrigen Segmenten“ gehören neben den Geschäftstätigkeiten für die neuen Märkte die Corporate Center-Funktionen der TUI AG, der Zwischenholdings sowie zentrale touristische Funktionen des Konzerns.

Forschung und Entwicklung

Als touristischer Dienstleistungskonzern betreibt die TUI Group keine Forschung und Entwicklung, die mit derjenigen produzierender Unternehmen vergleichbar wäre. Daher entfällt dieser Teilbericht.

Wertorientierte Konzernsteuerung

Steuerungssystem und Leistungsindikatoren

Zur wertorientierten Steuerung der TUI Group sowie der einzelnen Geschäftsfelder ist ein standardisiertes Steuerungssystem eingerichtet. Das wertorientierte Steuerungssystem ist ein integraler Bestandteil des konzernweit einheitlichen Controlling- und Planungsprozesses.

Unsere bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren für die Entwicklung der Ertragslage sind der Umsatz sowie das um Sonderfaktoren bereinigte EBITA. Das dem bereinigten EBITA zugrunde liegende EBITA definieren wir als das Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und Aufwendungen aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten sowie Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte des Konzerns.

Das bereinigte EBITA ist um Abgangsergebnisse von Finanzanlagen, Restrukturierungsaufwendungen nach IAS 37, sämtliche Effekte aus Kaufpreisallokationen, Anschaffungsnebenkosten und bedingte Kaufpreiszahlungen sowie andere Aufwendungen und Erträge aus Einzelsachverhalten angepasst worden. Als Einzelsachverhalte

werden hier Erträge und Aufwendungen herausgerechnet, die aufgrund ihrer Höhe sowie der Häufigkeit ihres Eintritts die Beurteilung der operativen Ertragskraft der Unternehmensbereiche und des Konzerns erschweren oder verzerren. Zu diesen Sachverhalten zählen insbesondere wesentliche Reorganisations- und Integrationsaufwendungen, die nicht die Kriterien nach IAS 37 erfüllen, wesentliche Aufwendungen aus Rechtsstreitigkeiten, Gewinne und Verluste aus dem Verkauf von Flugzeugen sowie andere wesentliche Geschäftsvorfälle mit Einmalcharakter.

Ab dem Geschäftsjahr 2020 steuern wir den Konzern über die international gebräuchlichere Ergebnisgröße „bereinigtes EBIT“, sodass das bereinigte EBITA zukünftig als wesentliche finanzielle Steuerungsgröße entfällt. Das dem bereinigten EBIT zugrunde liegende EBIT definieren wir als das Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und Aufwendungen aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten des Konzerns. Abweichend von der bisher verwendeten Steuerungsgröße EBITA sind in der Kennzahl EBIT Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte definitionsgemäß enthalten. Die Bereinigungen beim bereinigten EBITA werden auch beim bereinigten EBIT angepasst. Sofern in der Zukunft Wertminderungen

auf Geschäfts- oder Firmenwerte anfallen sollten, würden die Wertminderungen in der Überleitung zum bereinigten EBIT bereinigt. Insofern entspricht das bereinigte EBIT der Höhe nach dem bislang verwendeten bereinigten EBITA.

Für die Entwicklung der Finanzlage des Konzerns im Geschäftsjahr 2019 haben wir die Nettosach- und Finanzinvestitionen sowie ab dem Geschäftsjahr 2020 die Nettofinanzposition des TUI Konzerns als die bedeutsamsten Leistungsindikatoren identifiziert. Als eine weitere finanzielle Stabilitätsgröße überwachen wir die Leverage Ratio des Konzerns.

Im Zuge der periodischen Wertanalyse betrachten wir den Return on Invested Capital (ROIC) und den absoluten Wertbeitrag als bedeutsamste Leistungsindikatoren. Dabei werden dem erzielten ROIC die Gesamtkapitalkosten vor Steuern (WAAC) gegenübergestellt.

Als bedeutsamsten nichtfinanziellen Leistungsindikator betrachten wir den spezifischen CO₂-Ausstoß (in g CO₂/pkm) unserer Flugzeugflotte.

Zur unterjährigen Verfolgung der Geschäftsentwicklung in den Segmenten beobachten wir auch weitere nachrangige nichtfinanzielle Leistungsindikatoren, wie Gästezahlen unserer Veranstalter sowie Kapazität bzw. Passagiertage, Auslastung und Durchschnittspreise in den Segmenten Hotels & Resorts und Kreuzfahrten.

➔ Informationen über operative Leistungsindikatoren finden Sie in den Abschnitten „Geschäftsverlauf in den Segmenten“ (Seite 69) und „Umwelt“ (Seite 86) sowie im Prognosebericht (Seite 75).

Kapitalkosten

Kapitalkosten (WACC) im Geschäftsjahr 2019

| % | Hotels | Kreuzfahrten | Märkte & Airlines ³ | TUI Group |
|---|-------------|--------------|--------------------------------|-------------|
| Risikoloser Zinssatz | 0,10 | 0,10 | 0,10 | 0,10 |
| Risikozuschlag | 7,04 | 8,55 | 7,16 | 6,88 |
| Marktrisikoprämie | 7,00 | 7,00 | 7,00 | 7,00 |
| Beta-Faktor ¹ | 1,01 | 1,22 | 1,02 | 0,98 |
| Eigenkapitalkosten nach Steuern | 7,14 | 8,65 | 7,26 | 6,98 |
| Fremdkapitalkosten vor Steuern | 1,42 | 1,42 | 2,28 | 2,28 |
| Tax Shield | 75,00 | 98,00 | 77,00 | 81,21 |
| Fremdkapitalkosten nach Steuern | 1,06 | 1,39 | 1,76 | 1,85 |
| Eigenkapitalquote ² | 82,90 | 72,00 | 70,43 | 69,94 |
| Fremdkapitalquote ² | 17,10 | 28,00 | 29,57 | 30,06 |
| Gesamtkapitalkosten nach Steuern | 6,10 | 6,62 | 5,64 | 5,44 |
| Eigenkapitalkosten vor Steuern | 9,12 | 8,80 | 8,99 | 8,26 |
| Fremdkapitalkosten vor Steuern | 1,42 | 1,42 | 2,28 | 2,28 |
| Eigenkapitalquote ² | 82,90 | 72,00 | 70,43 | 69,94 |
| Fremdkapitalquote ² | 17,10 | 28,00 | 29,57 | 30,06 |
| Gesamtkapitalkosten vor Steuern (WAAC) | 7,80 | 6,73 | 7,01 | 6,46 |

¹ Sparten-Beta auf Basis Peergroup, Konzern-Beta gemäß Capital-IQ-Datenbank.

² Spartenquote auf Basis Peergroup, Konzernquote gemäß Capital-IQ-Datenbank.

³ Aufgrund unzureichender statistischer Signifikanz der Thomas Cook Group plc und der H. I. S. Co., Ltd., wie im Standardverfahren der Beta-Regression dargestellt (durchschnittlich 60 monatliche Datenpunkte über 5 Jahre), haben wir eine alternative Beta-Regression durchgeführt, die auf durchschnittlich 104 wöchentlichen Datenpunkten über zwei Jahre basiert. Die alternative Beta-Regression zeigt die statistische Signifikanz für alle Peer-Unternehmen.

Die Kapitalkosten berechnen sich als gewichteter Durchschnitt der Eigen- und Fremdkapitalkosten (WACC = Weighted Average Cost of Capital). Während die Eigenkapitalkosten die Renditeerwartung eines Anlegers bei einer Investition in die TUI Aktie widerspiegeln, werden für die Fremdkapitalkosten die durchschnittlichen Finan-

zierungskosten der TUI Group herangezogen. Dabei erfolgt die Betrachtung der Kapitalkosten grundsätzlich vor Steuern des Unternehmens und vor Steuern des Investors. Die so ermittelte Renditeanforderung entspricht der gleichen steuerlichen Ebene wie das in den ROIC eingehende bereinigte EBITA.

ROIC und Wertbeitrag

Der ROIC errechnet sich als Quotient aus dem bereinigten Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte (bereinigtes EBITA) und dem durchschnittlich gebundenen verzinslichen Kapital (Invested Capital). Zukünftig werden wir das bereinigte EBIT als Zählergröße für die Berechnung des Return on Invested Capital (ROIC) verwenden.

Die angesetzte Ergebnisgröße ist definitionsgemäß frei von steuerlichen und finanziellen Einflüssen und bereinigt um einmalige Sondereinflüsse. Das Invested Capital umfasst aus Konzernsicht in seiner passivischen Herleitung das Eigenkapital (inklusive Anteilen anderer Gesellschafter am Eigenkapital) sowie den Saldo aus verzinslichen Schuldpositionen und zinstragenden Vermögenswerten und eine Anpassung zur Berücksichtigung der saisonalen Verände-

rung der Nettofinanzposition des Konzerns. Darüber hinaus werden die kumulativen planmäßigen Abschreibungen aus der Kaufpreisallokation dem Invested Capital wieder hinzugerechnet.

Neben der relativen Performance-Größe ROIC wird auch der so genannte Wertbeitrag als absolute wertorientierte Erfolgsgröße herangezogen. Der Wertbeitrag errechnet sich aus der Differenz zwischen dem ermittelten ROIC und den zugehörigen Gesamtkapitalkosten vor Steuern (WAAC), multipliziert mit dem gebundenen verzinslichen Kapital.

Der ROIC der TUI Group verminderte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 7,75 Prozentpunkte auf 15,46 %. Unter Berücksichtigung der Kapitalkosten in Höhe von 6,46 % errechnet sich ein damit positiver Wertbeitrag von 520,0 Mio. € (Vorjahr 829,2 Mio. €).

Invested Capital

| Mio. € | Anhang | 2019 | 2018 angepasst |
|---|------------|----------------|-------------------|
| Eigenkapital | | 4.165,3 | 4.275,6 |
| Gezeichnetes Kapital | (25) | 1.505,8 | 1.502,9 |
| Kapitalrücklage | (26) | 4.207,5 | 4.200,5 |
| Gewinnrücklagen | (27) | -2.259,4 | -2.062,6 |
| Anteile nicht beherrschender Gesellschafter am Eigenkapital | (29) | 711,4 | 634,8 |
| zzgl. verzinslicher Schuldpositionen | | 3.966,4 | 3.516,2 |
| Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen | (30) | 1.068,0 | 994,8 |
| Langfristige Finanzschulden | (32), (40) | 2.457,6 | 2.250,7 |
| Kurzfristige Finanzschulden | (32), (40) | 224,6 | 192,2 |
| Derivative Finanzinstrumente | (40) | 216,2 | 78,5 |
| abzgl. finanzieller Vermögenswerte | | 1.762,8 | 2.765,0 |
| Derivative Finanzinstrumente | (40) | 347,7 | 525,0 |
| Finanzmittel | (23), (40) | 1.741,5 | 2.548,0 |
| Übrige finanzielle Vermögenswerte ¹ | | 173,6 | 192,0 |
| Saisonale Anpassung ² | | -500,0 | -500,0 |
| abzgl. Überdeckung von Pensionsplänen | | 310,0 | 125,1 |
| Invested Capital vor Hinzurechnung der Effekte aus Kaufpreisallokationen | | 6.058,9 | 4.901,7 |
| Invested Capital ohne Kaufpreisallokationen des Vorjahres | | 4.901,7 | 4.285,7 |
| Ø Invested Capital vor Hinzurechnung der Effekte aus Kaufpreisallokationen³ | | 5.480,3 | 4.593,7 |
| Invested Capital vor Hinzurechnung der Effekte aus Kaufpreisallokationen | | 6.058,9 | 4.901,7 |
| zzgl. Effekten aus Kaufpreisallokationen | | 250,8 | 343,5 |
| Invested Capital | | 6.309,7 | 5.245,2 |
| Invested Capital des Vorjahres | | 5.245,2 | 4.603,2 |
| Ø Invested Capital² | | 5.777,5 | 4.924,2 |

¹ Beinhaltet i. W. Sonstige Finanzielle Vermögenswerte und Kreditforderungen und Ausleihungen.

² Anpassung zur Berücksichtigung der saisonalen Veränderung der Nettofinanzposition.

³ Durchschnittswert aus Jahresanfang- und -endbestand.

ROIC

| Mio. € | Anhang | 2019 | 2018 angepasst |
|--|----------|----------------|-------------------|
| Bereinigtes EBITA | | 893,3 | 1.142,8 |
| Ø Invested Capital* | | 5.777,5 | 4.924,2 |
| ROIC | % | 15,46 | 23,21 |
| Gesamtkapitalkosten vor Steuern (WACC) | % | 6,46 | 6,37 |
| Wertbeitrag | | 520,0 | 829,2 |

* Durchschnittswert aus Jahresanfangs- und -endbestand.

Im Rahmen des Vorstandsvergütungssystems verwendete Konzernkennzahlen

JEV-RELEVANTES KONZERNERGEBNIS AUF BASIS KONSTANTER WECHSELKURSE

Für die Bemessung der Jahreserfolgsvergütung des Vorstands (JEV) wird das Konzernergebnis vor Ertragsteuern (Earnings before Taxes – EBT) auf Basis konstanter Wechselkurse gewichtet mit 50 % berücksichtigt. Durch die Verwendung dieser Ergebnisgröße wird das Netto-Finanzergebnis in die Berechnung einbezogen. Die Bereinigung um Währungseffekte erlaubt es, die tatsächliche Managementleistung ohne Verzerrung durch währungsbedingte Translationseffekte zu messen.

Das ausgewiesene Konzernergebnis vor Ertragsteuern (Earnings before Taxes – EBT) auf Basis konstanter Wechselkurse hat sich im Berichtsjahr wie folgt entwickelt:

Überleitung EBT

| Mio. € | 2019 |
|---|--------------|
| Ergebnis vor Ertragsteuern | 691,4 |
| Währungskurseffekt aus Umrechnung zu Plankursen | 0,3 |
| EBT zu Plankursen | 691,1 |

JEV-RELEVANTER RETURN ON INVESTED CAPITAL (ROIC JEV)

Die Konzernkennzahl ROIC fließt mit einer Gewichtung von 25 % in die JEV ein. Für den im Rahmen der JEV verwendeten ROIC des TUI Konzerns werden das EBITA des TUI Konzerns und das durchschnittlich im Geschäftsjahr gebundene verzinsliche Kapital ins Verhältnis gesetzt. Der im Rahmen der JEV verwendete ROIC des TUI Konzerns hat sich im Berichtsjahr wie folgt entwickelt:

ROIC JEV

| Mio. € | 2019 |
|---|----------------|
| EBITA | 768,4 |
| Ø Invested Capital vor Hinzurechnung der Effekte aus Kaufpreisallokationen* | 5.480,3 |
| ROIC JEV | % 14,02 |

* Durchschnittswert aus Jahresanfangs- und -endbestand.

JEV-RELEVANTER CASH FLOW

Als dritte Konzernkennzahl wird bei der JEV die Cash Flow-Größe Cash Flow to the Firm berücksichtigt, die mit einer Gewichtung von 25 % in die Berechnung einfließt. Der Cash Flow to the Firm wird für diese Zwecke aus einem vereinfachten Ansatz ermittelt, der sich an die Management Cash Flow-Rechnung anlehnt und die vom Vorstand direkt steuerbaren Liquiditätsgrößen (Abschreibungen, Working Capital, Beteiligungsergebnisse und Dividenden, Nettoinvestitionen) ausgehend vom EBITA des TUI Konzerns erfasst, das für diesen Zweck ebenfalls währungsbereinigt wird.

Der im Rahmen der JEV verwendete Cash Flow to the Firm hat sich im Berichtsjahr wie folgt entwickelt:

Cash Flow to the Firm

| Mio. € | 2019 |
|--|--------------|
| EBITA | 768,4 |
| Währungseffekt aus Umrechnung zu Plankursen | -3,6 |
| EBITA zu Plankursen | 764,8 |
| Abschreibungen (+)/Zuschreibungen (-) auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sach- und Finanzanlagen | 509,0 |
| Veränderung Working Capital | -25,6 |
| Ergebnis aus nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen | -297,5 |
| Dividenden von Joint Ventures und assoziierten Unternehmen | 244,6 |
| Nettosach- und Finanzinvestitionen | -1.118,5 |
| Cash Flow to the Firm | 76,8 |

Überleitung der Veränderung des Working Capital laut Cash Flow to the Firm

| Mio. € | 30.9.2019 | 30.9.2018 angepasst |
|---|-----------------|------------------------|
| Kurzfristige Vermögenswerte | 4.313,5 | 4.939,8 |
| abzgl. Finanzmittel | -1.741,5 | -2.548,0 |
| abzgl. kurzfristiger Verbindlichkeiten | -6.857,4 | -6.540,4 |
| zzgl. kurzfristiger Finanzschulden | 224,6 | 192,2 |
| abzgl. kurzfristiger sonstiger Rückstellungen | -361,9 | -348,3 |
| abzgl. kurzfristiger Netto-Ertragsteueransprüchen | -73,8 | -27,9 |
| abzgl./zzgl. kurzfristiger derivativer Finanzinstrumente, netto | -146,7 | -376,1 |
| abzgl. verzinslicher Forderungen | -100,7 | -55,5 |
| zzgl. kurzfristiger abgegrenzter Zinsen | 26,2 | 25,6 |
| Bilanzielles Working Capital | -4.717,7 | -4.738,6 |
| Veränderung des bilanziellen Working Capital | -20,9 | |
| Währungsdifferenzen | -4,7 | |
| Veränderung Working Capital laut Cash Flow to the Firm | -25,6 | |

PRO FORMA BEREINIGTES ERGEBNIS JE AKTIE

Für die Bemessung der langfristigen Vergütung des Vorstands (Long Term Incentive Plan – LTIP) wird die durchschnittliche Entwicklung des bereinigten Ergebnisses je Aktie aus fortzuführenden Geschäftsbereichen (LTIP-relevantes EPS) mit einer Gewichtung von 50% berücksichtigt.

Die folgende Tabelle zeigt das bereinigte Ergebnis je Aktie der TUI Group. Der in der Berechnung verwendete Netto-Zinsaufwand wurde im Berichtsjahr um vereinnahmte Zinsanteile der Auflösung einer Rückstellung in Höhe von 35,0 Mio. € angepasst. Als norma-

lisierter Konzernsteuersatz wurden im Berichtsjahr 18% angenommen. Im Vorjahr wurde der in der Berechnung verwendete Netto-Zinsaufwand um vereinnahmte Zinsanteile der Auflösung einer Rückstellung in Höhe von 31,2 Mio. € angepasst. Außerdem wurde der Anteil nicht beherrschender Gesellschafter am Konzernergebnis im Vorjahr im Hinblick auf den bei der Ermittlung des bereinigten Ergebnisses je Aktie verwendeten normalisierten Steuersatz angepasst. Als normalisierter Konzernsteuersatz wurden im Vorjahr 20% angenommen. Die Berechnung basiert auf dem gezeichneten Kapital zum Bilanzstichtag.

Das bereinigte Ergebnis je Aktie aus fortzuführenden Geschäftsbereichen (LTIP-relevantes EPS) hat sich im Berichtsjahr wie folgt entwickelt:

Pro forma bereinigtes Ergebnis je Aktie der TUI Group

| Mio. € | 2019 | 2018 angepasst |
|---|--------------|-------------------|
| Bereinigtes EBITA | 893,3 | 1.142,8 |
| abzgl. Netto-Zinsaufwand (angepasst) | -112,0 | -119,9 |
| Bereinigtes Ergebnis vor Steuern | 781,3 | 1.022,9 |
| Steuern vom Einkommen und vom Ertrag (angenommener Steuersatz 18%, Vorjahr 20%) | 140,6 | 204,6 |
| Bereinigter Konzerngewinn | 640,7 | 818,3 |
| Anteile nicht beherrschender Gesellschafter | 115,7 | 134,8 |
| Anteil der TUI AG Aktionäre am Konzerngewinn (bereinigt) | 525,0 | 683,5 |
| Anzahl Aktien am Bilanzstichtag in Mio. St. | 589,0 | 587,9 |
| Pro forma bereinigtes Ergebnis je Aktie | 0,89 | 1,16 |

RISIKOBERICHT

Für den nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg unseres Konzerns und das Erreichen unserer strategischen Ziele ist ein erfolgreiches Management bestehender und neu auftretender Risiken entscheidend. Um Marktchancen nutzen und die hierin liegenden Erfolgspotenziale ausschöpfen zu können, müssen in angemessenem Umfang auch Risiken getragen werden. Daher bildet das Risikomanagement einen wesentlichen Bestandteil der als Grundsätze verantwortungsbewusster und guter Unternehmensführung verstandenen Corporate Governance unseres Konzerns.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde das Risikomanagementkonzept weiter optimiert. Außer auf regelmäßigen Tests wichtiger Finanzkontrollen in allen größeren Geschäftsbereichen liegt der Fokus nun zusätzlich auf der Sicherstellung der Effektivität der Kontrollen, um wesentliche Risiken der Geschäftsbereiche zu managen. Das Zusammenwirken aller Risiko- und Kontrollfunktionen (Risk, Financial Control, Compliance, IT Security und Health & Safety) ist weiterhin eine Priorität zur Unterstützung eines integrierten Absicherungsprozesses zwischen allen Abteilungen, die die zweite Verteidigungslinie bilden. Unser Risikomanagementkonzept wird nachstehend beschrieben.

Risiko-Governance

TUI Group Risikomanagementfunktionen und -verantwortlichkeiten

VORSTAND

Führen & sicherstellen

- Gesamtverantwortung für das Risikomanagement
- Festlegung des strategischen Risikoansatzes
- Genehmigung der Risikomanagement-Richtlinie einschließlich der Risikobereitschaft sowie Übernahme und Vorleben der Führungsverantwortung für Risiken (Tone at the Top)
- Steuerung, Minderung und Überwachung der Hauptrisiken
- Überprüfung der Effektivität des Risikomanagementsystems



RISIKOKOMITEE (RISK OVERSIGHT COMMITTEE, ROC)

Überprüfen & kommunizieren

- Formulierung der Risikostrategie und Risikomanagement-Richtlinie
- Diskussion der Risikobereitschaft und Unterbreitung von Vorschlägen
- Zusammenfassung der Hauptrisiken
- Gewährleistung eines effektiven Monitoring
- Rückmeldung an den Vorstand



GROUP RISK-TEAM

Unterstützen & berichten



GESCHÄFTSBEREICHE & FUNKTIONEN

Identifizieren & bewerten

- Wesentliche Risiken verstehen
- Wesentliche Risiken prüfen und reduzieren
- Risiken steuern und überprüfen
- Risikostatus berichten

RISK CHAMPION COMMUNITY

VORSTAND – FÜHREN & SICHERSTELLEN

Der Vorstand legt unter Einbeziehung des Aufsichtsrats die strategische Ausrichtung der TUI Group sowie die Art und das Ausmaß der Risiken fest, die der Konzern zur Erreichung seiner strategischen Ziele zu übernehmen bereit ist.

Um sicherzustellen, dass die von dem Unternehmen gewählte strategische Ausrichtung die optimale der verfügbaren strategischen Optionen darstellt, wird der Vorstand durch die Konzernfunktion Group Strategy unterstützt. Diese Konzernfunktion soll den Vorstand bei der Einschätzung der Risikolandschaft und der Entwicklung potenzieller Strategien zur Steigerung des langfristigen Shareholder Value unterstützen. Group Controlling erstellt jährlich eine detaillierte Datenbasis in gleichbleibendem Format, die die Marktattraktivität, Wettbewerbsposition und Geschäftsergebnisse nach Geschäftsbereichen und Quellmärkten erfasst. Diese Daten werden dann verwendet, um Diskussionsgrundlagen zu schaffen, die es dem Vorstand ermöglichen, die Höhe und Art der Risiken zu bestimmen, die er bei der Verfolgung der strategischen Ziele als vertretbar erachtet. Hat der Vorstand die Strategie festgelegt, erörtert und verabschiedet, wird diese in die Dreijahresplanung des Konzerns eingebunden und trägt dazu bei, die Risikobereitschaft und die Erwartungen des Konzerns intern wie auch extern zu kommunizieren.

Die Verantwortung für das Risikomanagement des Konzerns trägt der Vorstand. Er hat daher ein Risikomanagementsystem eingeführt und umgesetzt, um Risiken zu erkennen, zu bewerten, zu steuern und zu überwachen, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden oder sich erheblich auf die Erreichung der strategischen Ziele auswirken könnten. Diese Risiken werden als Hauptrisiken des Konzerns bezeichnet. Das Risikomanagementsystem beinhaltet auch eine konzernintern veröffentlichte Risikomanagement-Richtlinie, um die Führungsverantwortung für Risiken (im Sinne eines Tone from the Top) durch die Schaffung einer geeigneten Risikokultur im Konzern zu verstärken. Aufgrund dieser Kultur wird von den Mitarbeitern erwartet, sich risiko- und kontrollbewusst zu verhalten und „das Richtige zu tun“. Die Richtlinie bietet die formale Voraussetzung, das Risikomanagement in die Aufbauorganisation des Konzerns einzubinden. Jedem Hauptrisiko ist ein Mitglied des Executive Committee als Risk Sponsor zugeordnet. Dadurch werden klare Verantwortungslinien geschaffen sowie ein umfassendes Verständnis und effektives Management der Hauptrisiken gewährleistet.

Der Vorstand berichtet regelmäßig an den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats über die Einhaltung der Anforderungen für die Börsenzulassung in Großbritannien und Deutschland, die Gesamtrisikosituation des Konzerns, die einzelnen Hauptrisiken und das Management dieser Risiken sowie über die Ergebnisse und die Effektivität des Risikomanagementsystems insgesamt.

RISIKOKOMITEE – ÜBERPRÜFEN & KOMMUNIZIEREN

Das Risikokomitee (Risk Oversight Committee, ROC), das sich aus Mitgliedern des Executive Committee zusammensetzt, ist dafür verantwortlich, dass geschäftliche Risiken im Konzern gesellschafts- und funktionsübergreifend erkannt, eingeschätzt, gesteuert und überwacht werden. Das ROC tritt mindestens einmal pro Quartal

zusammen. Seine Aufgaben umfassen zum einen die Betrachtung der Hauptrisiken im Hinblick auf die Konzernstrategie und zum anderen die Festlegung der Risikotoleranz für jedes dieser Risiken. Weiterhin ist das ROC für die Beurteilung der operativen Effektivität der bestehenden Kontrollen zur Steuerung dieser Risiken sowie für Maßnahmenpläne zur weiteren Verbesserung der Kontrollen zuständig und muss zur Beurteilung der Risikolage die durch die Geschäftsbereiche erstellte Bottom up-Risikoberichterstattung überprüfen.

Führungskräfte der wichtigsten Geschäftsbereiche des Konzerns nehmen abwechselnd an den Sitzungen des ROC teil, um das Risiko- und Kontrollkonzept ihres Bereichs vorzustellen. So können die ROC-Mitglieder Fragen zu bestehenden Prozessen und Risiken jedes Geschäftsbereichs und zu etwaigen neuen oder sich bereits abzeichnenden Risiken stellen, um zu beurteilen, ob weiterhin in allen wichtigen Geschäftsbereichen eine angemessene Risikokultur besteht.

Der Ausschuss tagt unter dem Vorsitz des Vorstands Finanzen (CFO). Ihm gehören außerdem die Bereichsleiter operativer Ressorts und der mit Finanzmanagement befassten Ressorts sowie Vertreter aller Funktionen an, die der zweiten Verteidigungslinie zugeordnet sind. Der Bereichsleiter Konzernrevision nimmt als unabhängiges Mitglied teil.

Das ROC berichtet halbjährlich an den Vorstand, um ihn über Veränderungen in der Risikolandschaft sowie Entwicklungen bei der Steuerung der Hauptrisiken zu unterrichten und um regelmäßige fundierte Diskussionen innerhalb des Vorstands über Risiken und deren Steuerung zu ermöglichen.

GROUP RISK-TEAM – UNTERSTÜTZEN & BERICHTEN

Darüber hinaus hat der Vorstand ein Group Risk-Team eingesetzt. Dessen Aufgabe ist es sicherzustellen, dass das Risikomanagementsystem effektiv funktioniert und dass die Risikomanagement-Richtlinie konzernweit angemessen umgesetzt wird. Das Group Risk-Team unterstützt den Risikomanagementprozess, indem es dem Management Orientierungshilfen und Unterstützung bietet und kritische Fragen an das Management richtet. Zugleich fungiert es als zentrale Stelle für die konzernweite Risikokoordination, -überwachung und -berichterstattung. Es unterstützt auch das ROC bei der Erfüllung seiner Aufgaben und der Berichterstattung an den Vorstand sowie den Aufsichtsrat. Das Group Risk-Team ist auch für den Einsatz der Risiko- und Kontrollsoftware verantwortlich, die die Risikoberichterstattungs- und Risikomanagementprozesse des Konzerns IT-technisch unterstützt.

GESCHÄFTSBEREICHE & FUNKTIONEN – IDENTIFIZIEREN & BEWERTEN

Jeder Geschäftsbereich und jede Funktion des Konzerns hat die Risikomanagement-Richtlinie anzuwenden. Dafür ist entweder jeweils ein eigener Risikoausschuss einzusetzen oder das Thema Risiko ist als ständiger Tagesordnungspunkt für die Sitzungen der Leitungsgremien aufzunehmen, um sicherzustellen, dass diesem Thema die erforderliche Aufmerksamkeit der obersten Führungsebene innerhalb des Geschäftsbereichs zukommt. Außerdem

ernennen die Geschäftsbereiche jeweils einen Risk Champion, der die Risikomanagement-Richtlinie innerhalb des Geschäftsbereichs fördert und für eine effektive Anwendung sorgt. Die Risk Champions stehen in engem Kontakt mit dem Group Risk-Team und gewährleisten so die effiziente Funktionsweise des Risikomanagementsystems und entwickeln eine Kultur der kontinuierlichen Sensibilisierung sowie Verbesserung des Risikomanagements und der Berichterstattung.

Risikoberichterstattung

Das Group Risk-Team verwendet konzernweit eine durchgängige Risikomanagementmethodik. Sie wird durch eine Risiko- und Kontrollsoftware systemtechnisch unterstützt, die die sprachliche Eindeutigkeit und Transparenz der Risiken, Kontrollen und Maßnahmen sowie Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten abbildet. Im Rahmen des operativen Tagesgeschäfts der Geschäftsbereiche und Funktionen werden Risiken kontinuierlich identifiziert, beurteilt und bewältigt. Darüber hinaus werden die Risiken mindestens quartalsweise auf verschiedenen Konzernebenen zusammengeführt, berichtet und überprüft.

Risikoidentifizierung: Die jeweiligen Linienmanagements identifizieren die Risiken, die für die Verfolgung der Strategie des Geschäftsbereichs relevant sind. Dabei werden die folgenden vier Risikotypen zugrunde gelegt:

- längerfristige strategische Gefahren sowie neu auftretende Gefahren,
- mittelfristige Herausforderungen im Zusammenhang mit Business Change-Programmen,

- kurzfristige Risiken, die durch Veränderungen des externen und regulatorischen Umfelds ausgelöst werden, und
- kurzfristige Risiken im Hinblick auf interne Tätigkeiten und Kontrollen.

Jedes Risiko wird einem so genannten Risikoverantwortlichen (Risk Owner) zugeordnet, der die Verantwortung und Kompetenz für ein angemessenes Management der Risiken hat.

Risikobeschreibungen: Im Einklang mit besten Praktiken werden bei der Beschreibung der Art der Risiken die aus dem jeweiligen Risiko resultierenden grundlegenden Bedenken erläutert und die möglichen Faktoren benannt, die zum Eintreten des Risikos führen können. Darüber hinaus werden die möglichen Auswirkungen beschrieben, die sich aus dem Eintreten des Risikos ergeben können. Dies ermöglicht es den Geschäftsbereichen, Funktionen und dem Konzern, das Zusammenwirken von Risiken und potenziellen auslösenden Ereignissen und/oder aggregierten Auswirkungen einzuschätzen, um dann geeignete Strategien zur Minimierung der Ursachen und/oder Auswirkungen zu entwickeln.

Risikobewertung: Zunächst wird das Bruttoisiko eingeschätzt, das im Wesentlichen dem negativen Szenario entspricht. Es ergibt sich aus den Auswirkungen eines Risikos in Kombination mit der Eintrittswahrscheinlichkeit des Risikos für den Fall, dass es keine Kontrollen gäbe, um das Risiko zu steuern, zu mindern oder zu überwachen. Das Bruttoisiko zeigt eine potenzielle Risikohöhe auf, die entstünde, falls die Kontrollen komplett ausfallen würden oder nicht eingerichtet worden wären. Die Beurteilung der Auswirkungen und der Eintrittswahrscheinlichkeit erfolgt jeweils auf Basis einer Skala von 1 bis 5 anhand der rechts aufgeführten Kriterien.

Auswirkungen

| GERING | MODERAT | BEDEUTEND | WESENTLICH | SCHWERWIEGEND |
|--|--|--|--|--|
| <i>Auswirkungen auf</i> |
| <ul style="list-style-type: none"> • Finanzen (Umsatz und/oder Kosten) • Reputation • Zuverlässigkeit der Technologie • Compliance • Arbeits- & Gesundheitschutzstandards • Umsetzung von Programmen | <ul style="list-style-type: none"> • Finanzen (Umsatz und/oder Kosten) • Reputation • Zuverlässigkeit der Technologie • Compliance • Arbeits- & Gesundheitschutzstandards • Umsetzung von Programmen | <ul style="list-style-type: none"> • Finanzen (Umsatz und/oder Kosten) • Reputation • Zuverlässigkeit der Technologie • Compliance • Arbeits- & Gesundheitschutzstandards • Umsetzung von Programmen | <ul style="list-style-type: none"> • Finanzen (Umsatz und/oder Kosten) • Reputation • Zuverlässigkeit der Technologie • Compliance • Arbeits- & Gesundheitschutzstandards • Umsetzung von Programmen | <ul style="list-style-type: none"> • Finanzen (Umsatz und/oder Kosten) • Reputation • Zuverlässigkeit der Technologie • Compliance • Arbeits- & Gesundheitschutzstandards • Umsetzung von Programmen |

Eintrittswahrscheinlichkeit

| | | | | |
|-------------------------|--|-------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|
| SELTEN < 10 % | UNWAHRSCHEINLICH 10 – < 30 % | MÖGLICH 30 – < 60 % | WAHRSCHEINLICH 60 – < 80 % | RELATIV SICHER ≥ 80 % |
|-------------------------|--|-------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|

Als nächster Prozessschritt erfolgen die Beurteilung und Dokumentation der bestehenden Kontrollen, die zur Reduzierung der Eintrittswahrscheinlichkeit des Risikos und/oder seiner Auswirkungen bei Eintritt beitragen. Unter Berücksichtigung der bestehenden Kontrollen kann dann eine Einschätzung des aktuellen Risikos bzw. Nettorisikos erfolgen, das im Wesentlichen das realistischere zu erwartende Szenario darstellt. Es bemisst die Auswirkungen und die Eintrittswahrscheinlichkeit des Risikos unter Einbeziehung der festgelegten, wirksamen Kontrollen. Anhand des Nettorisikos können das aktuelle Risikoniveau und die Verlässlichkeit der derzeit durchgeführten Kontrollen eingeschätzt werden.

Risikobewältigung: Hat das Management keine Bedenken angesichts der aktuellen Risikobewertung, wird das Risiko akzeptiert, sodass keine weiteren Maßnahmen zur Risikoreduzierung erforderlich sind. Die bestehenden Kontrollen werden fortgeführt, und das Management überwacht das Risiko, die Kontrollen und das Risikoumfeld, um sicherzustellen, dass es weiterhin der Risikotoleranz des Managements entspricht.

Kommt das Management jedoch zu der Einschätzung, dass die aktuelle Risikoeinstufung zu hoch ist, wird ein Maßnahmenplan erarbeitet, um neue oder effizientere Kontrollen einzuführen, die die Auswirkungen und/oder die Eintrittswahrscheinlichkeit des Risikos auf ein akzeptables Niveau reduzieren. Dies ist das so genannte Zielrisiko und es fungiert als Parameter für das Management, das gewährleistet, dass das Risiko im Einklang mit der Gesamtrisikotoleranz des Konzerns gesteuert wird. Der Risikoverantwortliche ist in der Regel diejenige Person, die die Umsetzung dieses Maßnahmenplans innerhalb einer vereinbarten Frist zu gewährleisten hat.

Jeder Geschäftsbereich und jede Funktion überprüft weiterhin fortlaufend das jeweilige Risikoinventar anhand der für den Geschäftsbereich festgelegten Gremien, z. B. eines lokalen Risikoausschusses.

Diese Bottom up-Risikoberichterstattung wird vom ROC zusammen mit den Hauptrisiken des Konzerns erörtert. Neue Risiken werden in das Hauptrisikoinventar des Konzerns aufgenommen, wenn sie als signifikant eingestuft werden. So lassen sich Status und Fortschritt wichtiger Maßnahmenpläne entsprechend den Zielen und Erwartungen des Konzerns steuern.

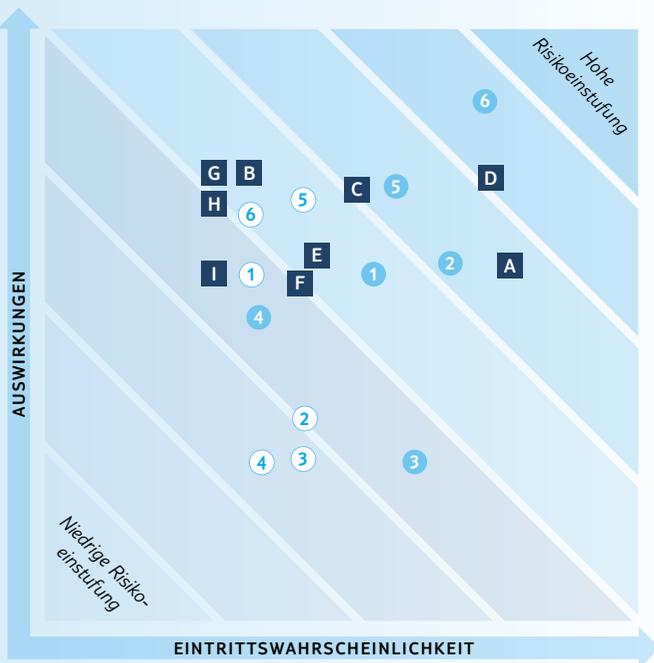
AD-HOC-RISIKOBERICHTERSTATTUNG

Auch wenn ein formaler Prozess zur vierteljährlichen Berichterstattung über Risiken installiert ist, werden Risiken fortlaufend identifiziert, beurteilt und durch Gegenmaßnahmen minimiert. Wenn es aufgrund aktueller Ereignisse erforderlich und angemessen ist, können Risiken daher auch außerhalb des Quartalsprozesses an den Vorstand berichtet werden. Eine solche Ad-hoc-Berichterstattung erfolgt im Bedarfsfall durch den Geschäftsbereich oder die Konzernfunktion, in deren Verantwortung die Steuerung des Risikos liegt, kann aber gegebenenfalls auch durch das Group Risk-Team erfolgen.

BERICHTSKREIS

Die Festlegung des zu überprüfenden Berichtskreises (Entity Scoping) erfolgt jährlich im Rahmen eines etablierten Prozesses, um die Konzerneinheiten zu bestimmen, die durch die Risiko- und Kontrollsoftware zu erfassen sind und damit sämtliche Kriterien des Risikoberichterstattungsprozesses zu erfüllen haben. Das Scoping geht von den in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften aus und wendet Wesentlichkeitsschwellen im Hinblick auf Umsatz, Gewinn- und Vermögenswerte an. Aus den derart ermittelten

Risikopositionen



AKTIVE RISIKEN

- **AKTUELLE RISIKOPOSITION**
 - **ANGESTREBTE RISIKOPOSITION**
- 1 IT-Entwicklung und -Strategie
 - 2 Wachstumsstrategie
 - 3 Chancen aus der Integration und Restrukturierung
 - 4 Umwelt- und gesellschaftliche Verantwortung (CSR)
 - 5 Informationssicherheit
 - 6 Auswirkungen des Brexit

ÜBERWACHTE HAUPTRISIKEN

■ AKTUELLE RISIKOPOSITION

- A Ereignisse in den Destinationen
- B Talent- und Führungskräfteentwicklung
- C Kundennachfrage
- D Inputkostenvolatilität
- E Saisonales Cash Flow-Profil
- F Einhaltung gesetzlicher und aufsichtsrechtlicher Vorschriften
- G Gesundheit und Sicherheit
- H Lieferkettenrisiko
- I Joint Venture-Partnerschaften

AKTUELLE RISIKOPOSITION

Darstellung der aktuellen Risikoposition unter Berücksichtigung der bestehenden und funktionsfähigen Kontrollen

ANGESTREBTE RISIKOPOSITION

Darstellung des angestrebten Risikoniveaus unter Berücksichtigung einer tolerierbaren und vertretbaren Risikoposition, die noch weitere Maßnahmen zur Reduzierung des Risikos beinhaltet

Gesellschaften werden die operativen Managementebenen identifiziert, durch die diese Einheiten gesteuert werden. Damit wird definiert, welche Einheiten durch die Risiko- und Kontrollsoftware selbst zu erfassen sind, um eine konzernweite vollständige Bottom up-Risikoberichterstattung zu ermöglichen. So wird sichergestellt, dass die Risiken und Kontrollen auf der Ebene, durch die die Risiken gesteuert werden, angemessen erfasst werden können.

EFFEKTIVITÄT DES RISIKOMANAGEMENTSYSTEMS

Mit Unterstützung des ROC und des Group Risk-Teams berichtet der Vorstand regelmäßig an den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats über die Ergebnisse und die Effektivität des Risikomanagementsystems sowie die damit verbundene Einhaltung der Anforderungen für die Börsenzulassung. Darüber hinaus erhält der Prüfungsausschuss von der Konzernrevision auf der Grundlage ihres Prüfplans eine Beurteilung ausgewählter Hauptrisiken, Prozesse und für den langfristigen geschäftlichen Erfolg des Konzerns entscheidender Business Transformation-Initiativen.

Die Durchführung der oben beschriebenen Prüfungstätigkeiten hat ergeben, dass das Risikomanagementsystem während des Berichtsjahres funktionsfähig war und keine signifikanten Mängel oder Schwächen identifiziert worden sind. Natürlich gibt es stets Verbesserungsspielraum, und die Risk Champions und das Group Risk-Team arbeiten weiterhin gemeinsam an einer Verbesserung der Risikomanagement- und Berichterstattungsprozesse für die Geschäftsbereiche. Dies betrifft im Wesentlichen die Gewährleistung einer einheitlichen Vorgehensweise bei der Beurteilung der Risikoeinstufungen, eine klarere Identifizierung bestehender Kontrollen und etwaiger Maßnahmenpläne zur Einführung weiterer Kontrollen sowie die Berücksichtigung der vier Risikokategorien bei der Risikoidentifizierung.

Schließlich haben die Jahresabschlussprüfer der TUI AG nach § 317 Abs. 4 HGB geprüft, ob das bestehende, nach § 91 Abs. 2 AktG einzurichtende Risikofrüherkennungssystem seine Aufgaben erfüllen kann.

Hauptrisiken

Die Hauptrisiken des Konzerns werden als „aktiv“ bzw. „überwacht“ eingestuft.

Aktive Hauptrisiken sind Risiken, die wir aktiv steuern müssen, damit sie im Einklang mit unserer Risikobereitschaft stehen. Wir haben Maßnahmenpläne initiiert, um die Kontrollsicherheit für jedes dieser Risiken zu erhöhen und somit das aktuelle Nettorisiko auf den in der nachstehenden Grafik ausgewiesenen Zielwert zu reduzieren.

Überwachte Hauptrisiken sind generelle, der Tourismusbranche immanente Risiken, die alle Gesellschaften in der Branche betreffen. Für diese Risiken haben wir systematische Kontrollen, Prozesse und Verfahren eingeführt, die jedes dieser Risiken reduzieren, um die Eintrittswahrscheinlichkeit und/oder die Auswirkungen eines etwaigen Eintritts zu minimieren. Diese Risiken werden weiterhin

in unserem Risikoradar dargestellt und wir überwachen regelmäßig das Risiko, die Kontrollen und das Risikoumfeld, um sicherzustellen, dass die Risikoeinstufung in jedem Einzelfall stabil bleibt und weiterhin unserer Risikotoleranz entspricht.

Der Grafik liegen die auf Seite 43 genannten Bewertungskriterien zugrunde.

Hauptrisiken im Geschäftsjahr 2019

Aufgrund der formalen Auslösung von Artikel 50 des EU-Vertrags von Lissabon durch die britische Regierung am 29. März 2017 bleibt der Ausstieg Großbritanniens aus der EU („Brexit“) ein aktives Hauptrisiko. Der Brexit wirkt sich auf bestehende Hauptrisiken aus (z. B. Kundennachfrage, Inputkostenvolatilität, insbesondere in Großbritannien, aufgrund der mit dem EU-Ausstieg verbundenen größeren Unsicherheit in Bezug auf die Aussichten für künftige Wachstumsraten der britischen Wirtschaft und des Rückgangs des Wechselkurses des Britischen Pfund seit dem Referendum im Jahr 2016) und bildet zugleich aufgrund der direkten Auswirkungen, die er potenziell auf bestimmte Bereiche unseres Geschäftsmodells haben könnte, eine eigene Hauptrisiko-Kategorie.

Die wichtigste Frage im Zusammenhang mit dem möglichen Ausstieg Großbritanniens aus der EU im Jahr 2020 bleibt für uns, ob unsere Airlines weiterhin Zugang zum EU-Luftraum haben werden. Wir werden weiterhin die zuständigen Entscheidungsträger Großbritanniens und der EU auf die Bedeutung einer umfassenden Sondervereinbarung für den Luftverkehr nach einem möglichen

Brexit hinweisen, um die Flugangebote für Verbraucher in beiden Regionen zu schützen, und tauschen uns regelmäßig mit den zuständigen aufsichtsrechtlichen Behörden aus. Wir entwickeln weiterhin Szenarien und Minimierungsstrategien für verschiedene Konstellationen, inklusive eines „harten Brexit“ – je nach Ausgang der politischen Verhandlungen. Unser Schwerpunkt liegt darauf, mögliche Auswirkungen des Brexits auf den Konzern zu verringern.

Die geschätzten Kosten für die Boeing 737 Max-Flugzeuge, die bis Anfang 2020 und möglicherweise auch im weiteren Verlauf des Geschäftsjahres am Boden bleiben, spiegeln sich in unserer Prognose für das bereinigte EBIT für das Geschäftsjahr 2020 wider. Wir überwachen weiterhin das Risiko eines möglichen Flugverbots über diesen Zeitraum hinaus. Mit Blick auf die Hauptrisiken überwachen wir dieses Risiko als Teil des Lieferkettenrisikos.

Der Konzern fokussiert sich weiterhin darauf sicherzustellen, dass wir die richtigen Mitarbeiter für die Realisierung unserer Strategie haben. Daher hat der Vorstand zugestimmt, im Geschäftsjahr 2019 die Talent- & Führungskräfteentwicklung als eines der überwachten Hauptrisiken aufzunehmen. Nähere Einzelheiten zu dem Risiko und den bestehenden Kontrollen finden sich in nachstehender Tabelle.

Sofern sich aus der Risikobezeichnung nichts anderes ergibt, betreffen die in den nachfolgenden Tabellen dargestellten Risiken alle Segmente des Konzerns. Die aufgeführten Risiken sind die Hauptrisiken, denen wir ausgesetzt sind. Die Auflistung ist nicht abschließend. Die Risiken werden sich zwangsläufig im Laufe der Zeit aufgrund der Dynamik unseres Geschäfts entwickeln.

Aktive Hauptrisiken

Art des Risikos

1. IT-ENTWICKLUNG UND -STRATEGIE

Unser Fokus liegt auf einer Verbesserung des Kundenerlebnisses durch ansprechende, intuitive, durchgängige und kontinuierliche Kundendienstleistungen. Diese erbringen wir anhand digitaler Lösungen, Kernplattformfunktionen und der zugrunde liegenden IT-Infrastrukturen und -Services, die zur Umsetzung unserer Konzernstrategie – eines profitablen Ergebniswachstums – erforderlich sind.

Unsere Konzernstrategie gewährleistet eine stärkere vertikale Integration unseres Unternehmens, sodass wir von den Auswirkungen des disruptiven Potenzials rein digitaler Anbieter in geringerem Maße betroffen sind. Dennoch könnte es sich auf unsere Fähigkeit auswirken, in unseren Märkten führende technologische Lösungen anzubieten, wenn wir unsere IT-Strategie oder die technologische Weiterentwicklung nicht effektiv umsetzen sollten. Dies könnte unsere Wettbewerbsfähigkeit und unsere Fähigkeit, ein herausragendes Kundenerlebnis zu bieten, beeinträchtigen und sich entsprechend auf unsere Qualität und operative Effizienz auswirken.

Risikobegrenzende Faktoren

- Im Zusammenwirken mit Führungskräften sowie Business- und IT Leadership-Teams haben wir die IT-Strategie des Konzerns entwickelt und kommuniziert. Sie richtet sich klar an unseren allgemeinen Geschäftszielen aus und berücksichtigt externe Faktoren wie das Tempo des technologischen Wandels, aber auch interne Faktoren wie die im IT-Bereich durchgängig erforderliche Qualität.
- Wir führen die Umsetzung unserer Online-Plattform und den damit verbundenen Übergang von Reisebüros über Online-Buchungen zu digitalen Angeboten fort, um das Kundenerlebnis zu verbessern und höhere Konversionsraten zu erzielen.
- Durch die Einführung einer SAP-basierten zentralen Kundenplattform können wir sämtliche Informationen über die Kunden zusammenführen, damit eine einheitliche Sicht auf den Kunden über den gesamten Kundenzyklus entlang einer E-Plattform für das Kundenbeziehungsmanagement (CRM) möglich wird, die strategische Marketinginitiativen unterstützen soll.

Art des Risikos

Dies hätte letztlich Auswirkungen auf die Anzahl unserer Kunden, den Umsatz und die Profitabilität.

Risikobegrenzende Faktoren

- Wir fokussieren uns zunehmend darauf, dass Kontinuitätspläne für kritische IT-Systeme vorhanden sind und regelmäßig getestet werden.
- Die TUI Group hat klare, abgestufte Technologiestandards und damit verbundene Umsetzungspläne erstellt und kommuniziert, die mit konzernweiten und quellmarktbezogenen Zielen verbunden sind.
- Wir haben API, Big Data und Cloud-Architektur eingeführt, um unsere Prozessgeschwindigkeit sowie unsere Produktivität und Effizienz zu steigern.
- Durch Nutzung der Blockchain-Technologie können wir die Bettenkapazitäten unserer Hotels in allen Quellmärkten steuern und unseren Mitbewerbern so einen Schritt voraus sein.

2. WACHSTUMSSTRATEGIE

Für das Geschäftsjahr 2020 erwarten wir auf Basis konstanter Wechselkurse ein bereinigtes EBIT der TUI Group in Höhe von 950 Mio. € bis 1.050 Mio. €. Hierin enthalten sind erwartete 130 Mio. € Ergebnisbelastungen aus dem Flugverbot der Boeing 737 Max-Flugzeuge bis Ende April sowie Anlaufkosten für den Ausbau unserer digitalen Plattformen im mittleren bis hohen zweistelligen Millionenbereich.

Unsere strategische Positionierung kombiniert eigene Produkte mit starken Omni-Channel-Vertriebskapazitäten und ist über Märkte und Destinationen diversifiziert. Im kommenden Geschäftsjahr werden wir uns darauf konzentrieren, wettbewerbsfähiger zu werden, unser Urlaubserlebnisgeschäft selektiv auszubauen und unsere digitalen Plattformen in neuen Märkten und Destinationen zu entwickeln.

Die Auslastung der Flugzeuge, Kreuzfahrtschiffe und Hotels ist gerade in einer Wachstumsphase für unseren finanziellen Erfolg wesentlich.

Sollte es uns nicht gelingen, die Chancen zur Umsetzung unserer Wachstumsstrategie zu maximieren, könnte sich dies nachteilig auswirken. Wir würden dann möglicherweise einige der Initiativen, die gestartet wurden, nicht umsetzen können. Dadurch könnten wir hinter den Wachstumszielen, die wir uns für unser Geschäft gesetzt haben, zurückbleiben.

- Der Vorstand fokussiert sich stark auf die Strategie und ist sich der Risiken bewusst. Die oberste Führungsebene gibt daher mit großem Engagement klare Weichenstellungen vor. Das Vergütungssystem für den Vorstand soll Anreize für nachhaltiges Wachstum und solide Finanzergebnisse des Konzerns schaffen (siehe Seite 130 ff.).
- Das Markets Board und das Commercial Board des Konzerns spielen eine wichtige Rolle bei der Koordination, Umsetzung und Überwachung der verschiedenen Wachstumsinitiativen.
- Wir haben eine Reihe von Wachstumsinitiativen eingeleitet. So fokussieren wir uns beispielsweise auf unsere GDN-OTA-Plattform und bauen unsere Reichweite in den Märkten unseres Segments Zielgebietserlebnisse mit unserer neuen Plattform für Touren & Aktivitäten aus. Durch diese Diversifizierung verringern wir das Risiko.
- Jedes der mit der Erreichung eines Elements der Wachstumsstrategie beauftragten Teams hat zugleich eine starke Finanzdisziplin zu wahren. Die Kriterien der Investitions- und Genehmigungsprozesse des Konzerns sind weiterhin einzuhalten, da wir nicht Wachstum um jeden Preis erzielen wollen.
- Wir pflegen weiterhin gute Beziehungen zu den Flugzeugfinanzierern.
- Die allgemeinen Marktbedingungen werden weiterhin überwacht, sodass gegebenenfalls Pläne angepasst bzw. Notfallpläne initiiert werden können.

3. CHANCEN AUS INTEGRATION UND RESTRUKTURIERUNG

Kerngedanke der Strategie der TUI Group ist es, insbesondere durch unsere Konzernplattformen und Quellmärkte „ein“ Unternehmen zu betreiben, soweit dies sinnvoll ist. Dabei belassen wir regionale Unterschiede dort, wo die Vorteile einer Differenzierung den Nutzen der Harmonisierung übersteigen.

Konzernweit haben wir daher eine Vielzahl von Umstrukturierungsprojekten initiiert, um diese Chancen nutzen zu können. Aufgrund der fortlaufenden Überprüfung unserer eigenen Gesellschaften

- Das Markets & Domain Transformation Board ist eingerichtet worden, um die Standardisierung der Prozesse in allen Quellmärkten zu überwachen.
- Für alle wichtigen laufenden Umstrukturierungs- und Veräußerungsprogramme bestehen geeignete Projektmanagementstrukturen, um die effektive Umsetzung der Programme zu gewährleisten.
- Unser Projektreportingsystem stellt sicher, dass Fortschritte bei großen Projekten standardisiert erkannt werden können.

Art des Risikos

und der Mitbewerber betreiben wir zudem ein aktives Programm von Übernahmen (z.B. die Gesellschaften der Sparte Destination Management von Hotelbeds im vergangenen Jahr) und Veräußerungen (z.B. Boomerang Reisen und Berge & Meer) mit damit einhergehenden Integrationsprojekten.

Bei jedem groß angelegten Umstrukturierungs- bzw. Integrationsprogramm besteht das immanente Risiko, dass die weitere Integration unseres Geschäfts zu einer Erhöhung der Komplexität führt und diese Herausforderungen nicht bewältigt werden können. Auch der Abbau sich noch überlappender Konzernfunktionen zur Entwicklung eines schlankeren und gestrafften Geschäftsmodells könnte zu Herausforderungen führen.

Sollte es uns nicht gelingen, die identifizierten Chancen erfolgreich zu realisieren und zu optimieren, könnte dies unsere Fähigkeit erheblich beeinträchtigen, die aufgezeigten Vorteile erwartungsgemäß zu realisieren und den Shareholder Value zu steigern.

4. UMWELT- UND GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG (CSR)

Nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln ist für die TUI Group ein wesentliches Grundprinzip der Unternehmensführung und ein Eckpfeiler unserer Strategie zur kontinuierlichen Steigerung des Unternehmenswerts. So sichern wir die Voraussetzungen für einen langfristigen wirtschaftlichen Erfolg und übernehmen Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismussektors.

Unser Fokus liegt auf einer Reduzierung der Umweltauswirkungen der von uns angebotenen Urlaubsreisen und der Förderung verantwortlicher Sozialpolitiken und -ergebnisse, sowohl direkt durch unser eigenes Geschäft als auch indirekt durch unseren Einfluss auf unsere Lieferkettenpartner, sodass wir positive Veränderungen für Menschen und Gesellschaften erzielen können und weltweit eine Vorreiterrolle beim nachhaltigen Tourismus einnehmen.

Sollte es uns nicht gelingen, die prognostizierten sozialen und ökologischen Verbesserungen in allen Gesellschaften durchgängig erfolgreich umzusetzen, besteht das Risiko, dass unsere Lieferanten unsere CSR-Standards nicht einhalten und es uns nicht gelingt, die Destinationen zu einem nachhaltigeren Tourismusmanagement zu bewegen.

Sollte es uns nicht gelingen, unseren positiven Einfluss auf die Destinationen zu maximieren und die negativen Folgen in dem von den Anspruchsgruppen erwarteten Maß zu minimieren, könnte dies zu einem Vertrauensverlust bei unseren Stakeholdern, einem Reputationschaden, einem Rückgang der Nachfrage nach unseren Produkten und Dienstleistungen sowie zu einem Verlust unseres Wettbewerbsvorsprungs führen.

Sollte es der TUI Group nicht gelingen, ihre Nachhaltigkeitsziele umzusetzen, und sollten zugleich die Ziele der UN-Klimakonferenz

Risikobegrenzende Faktoren

- Der Vorstand erhält regelmäßig Berichte über den Stand der wichtigsten Projekte, damit auftretende Probleme umgehend gelöst werden können oder gegebenenfalls die konzernweite Koordination verbessert werden kann.

- In 2015 haben wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie 2020 unter dem Titel „Better Holidays, Better World“ entwickelt und initiiert. Sie umfasst konkrete Zielvorgaben für wichtige Nachhaltigkeitsindikatoren.
- Die TUI hat ein eigenes Nachhaltigkeitsteam eingesetzt, das eng mit den Geschäftsbereichen und anderen Stakeholdern zusammenarbeitet, um unsere Nachhaltigkeitsstrategie umzusetzen.
- Wir betreiben eine der CO₂-effizientesten Airlines Europas und investieren weiterhin in neue, noch effizientere Flugzeuge (z. B. Boeing 787 Dreamliner & 737 Max) und Kreuzfahrtschiffe (z. B. die Neubauten von TUI Cruises und Hapag-Lloyd Cruises).
- Die TUI Group hat ein Umweltmanagementsystem eingeführt. Alle unsere Airlines sind nach ISO 14001 zertifiziert worden.
- TUI hat zusätzliche Maßnahmen ergriffen, um die Hotelanbieter dazu zu bewegen, sich einer vom Global Sustainable Tourism Council (GSTC) anerkannten Nachhaltigkeitszertifizierung durch Dritte zu unterziehen.
- Die TUI Care Foundation hat ihre Arbeit ausgeweitet, um sich auf die Umsetzung des für 2020 geplanten Ziels für gemeinnützige Spenden und Nachhaltigkeitsprojekte zu fokussieren. Besondere Schwerpunkte liegen hier auf der Förderung junger Menschen, dem Umweltschutz und der Maximierung der ökonomischen Vorteile des Tourismus in den Destinationen.

Art des Risikos

von Paris (Dezember 2015) nicht erreicht werden, könnte dies zu nachhaltigen, langfristigen Beeinträchtigungen in einigen unserer gegenwärtigen oder zukünftigen Zielgebiete führen. Dies wiederum könnte erhebliche negative Auswirkungen auf die Nachfrage nach unseren Produkten und Dienstleistungen haben.

5. INFORMATIONSSICHERHEIT

Der Schutz der Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit der von uns verwendeten Daten und der von uns für unsere Gäste, Mitarbeiter, Lieferanten und Service Delivery-Teams erbrachten Dienstleistungen liegt in unserer Verantwortung.

Aufgrund weltweit zunehmender Cyber-Kriminalität und neuer Regelungen (z. B. EU-DSGVO) handelt es sich hier um ein dynamisches Risiko. Zugleich sind wir infolge der Zusammenführung unter der gemeinsamen Dachmarke TUI und unserer zunehmenden Abhängigkeit von Online-Vertriebs- und -Kundenbetreuungs Kanälen (Internet / mobile Endgeräte) zunehmend Cyber- und Hacker-Angriffen ausgesetzt und dafür anfällig.

Sollte es uns nicht gelingen, konzernweit ein angemessenes Schutzniveau durch Sicherheitskontrollen zu gewährleisten, könnte dies erhebliche negative Auswirkungen auf unsere wichtigsten Stakeholder haben, mit einem Reputationsschaden einhergehen und möglicherweise auch finanzielle Folgen haben.

6. AUSWIRKUNGEN DES BREXIT

Die wichtigste Frage für uns ist, ob unsere Airlines weiterhin im jetzigen Umfang Zugang zum EU-Luftraum haben werden. Wenn wir innereuropäische Routen nicht mehr fliegen könnten, beispielsweise von Deutschland nach Spanien, hätte dies signifikante operative und finanzielle Auswirkungen auf die TUI Group.

Andere von Unsicherheit geprägte Bereiche umfassen den Status unserer britischen Mitarbeiter, die in der EU tätig sind, und umgekehrt, sowie die Möglichkeit, dass britische Gäste bei einem Urlaub in der EU ein Visum beantragen müssten.

Risikobegrenzende Faktoren

- Der Vorstand verpflichtet sich weiterhin, wichtige Initiativen zu unterstützen, um zu gewährleisten, dass alle bestehenden und künftigen IT-Systeme nach dem Prinzip „Secure by Design“ ausgestaltet werden, dass das Risiko einer Schadensanfälligkeit effektiv gesteuert wird, dass der Benutzerzugang ausreichend kontrolliert wird und dass die Mitarbeiter geeignete Schulungsmaßnahmen durchlaufen, um ihr Bewusstsein für IT-Sicherheitsrisiken zu schärfen.
 - Wir haben eine konzernweite Kampagne zur Sensibilisierung für IT-Sicherheit gestartet, um sichere Verhaltensweisen bei unseren Mitarbeitern zu fördern. Unser Ziel ist es, dafür zu sorgen, dass das Verantwortungsbewusstsein jedes Einzelnen für die Informationssicherheit gestärkt wird.
 - Alle externen Geräte werden fortlaufend überprüft und getestet und Protokollaufzeichnungen werden ständig überwacht, um potenzielle Gefahren umgehend zu identifizieren.
 - Kontinuierliche Verbesserungen dank gewonnener Erkenntnisse aus realen oder simulierten Cyber-Angriffen.
-
- Der Vorstand hat einen Brexit-Lenkungsausschuss eingesetzt, der die Entwicklungen während der politischen Verhandlungen verfolgen, etwaige Auswirkungen auf das Geschäftsmodell der TUI Group einschätzen und geeignete Strategien im Vorfeld des potenziellen Ausstiegs Großbritanniens aus der Europäischen Union in 2020 koordinieren soll.
 - Außerdem betreiben wir weiterhin Lobbyarbeit bei den zuständigen Entscheidungsträgern Großbritanniens und der EU, um die anhaltende Bedeutung eines liberalisierten und deregulierten Luftverkehrsmarkts in Europa und den Schutz der Flugangebote für Verbraucher in beiden Regionen zu betonen.

Art des Risikos

Überwachte Hauptrisiken

A. EREIGNISSE IN DEN DESTINATIONEN

Anbieter von Urlaubs- und Reisediensten sind dem inhärenten Risiko ausgesetzt, dass Ereignisse eintreten können, die bestimmte Länder oder Destinationen ihres Portfolios betreffen. Dazu gehören Naturkatastrophen, wie Wirbelstürme oder Tsunamis, Ausbrüche von Krankheiten, wie Ebola, politische Instabilitäten, wie beispielsweise in Ägypten, der Türkei und Griechenland in den letzten Jahren, die Folgen von Krieg in Ländern, die nahe unseren Quellmärkten und Destinationen liegen, sowie terroristische Anschläge, wie der tragische Anschlag in Tunesien im Jahr 2015.

Es besteht das Risiko, dass wir bei einem solchen Ereignis, das sich auf eine oder mehrere unserer Destinationen auswirkt, von erheblichen Störungen oder Kosten betroffen sein könnten. Es könnte erforderlich sein, unsere Kunden auszufliegen, und/oder das Ereignis könnte zu einem erheblichen Rückgang der Nachfrage für die betroffenen Ziele auch über einen längeren Zeitraum führen.

Risikobegrenzende Faktoren

- Wir können das Auftreten solcher Ereignisse nicht verhindern, verfügen jedoch über detaillierte Krisenmanagementprozesse und Notfallpläne, die umgesetzt werden, wenn ein Ereignis dieser Art eintritt. Dabei hat das Wohlergehen unserer Gäste oberste Priorität.
- Sollte es angebracht sein, unsere Gäste umgehend in ihre Heimat auszufliegen, können wir den Rücktransport dank unserer großen Flugzeugflotte reibungslos und effizient durchführen.
- Wir richten uns in jedem unserer Quellmärkte nach den Reise警告ungen des jeweiligen Auswärtigen Amts im Hinblick auf nicht notwendige Reisen. Dadurch minimieren wir die Zahl unserer Gäste in gefährdeten Regionen.
- Dank unserer Präsenz in allen wichtigen Urlaubsregionen können wir unseren Gästen alternative Destinationen anbieten und unser Destinationsportfolio umschichten, wenn ein konkretes Zielgebiet von einem externen Ereignis betroffen ist. Die betroffene Region wird in künftigen touristischen Saisons gegebenenfalls nicht mehr angeboten.
- Wir gehen bei der Festlegung unserer Finanzpläne und -ziele grundsätzlich davon aus, dass in jedem Jahr ein gewisses Maß an Störungen in den Destinationen auftritt. Ein „übliches“ Maß an Störungen können wir bewältigen, ohne die Erreichung unserer Ziele zu gefährden.

B. TALENT- & FÜHRUNGSKRÄFTEENTWICKLUNG

Eine wichtige Voraussetzung für unseren Erfolg ist unsere Fähigkeit, geeignete Fach- und Führungskräfte zu gewinnen, langfristig zu halten und weiterzuentwickeln, um sicherzustellen, dass wir unsere Mitarbeiter befähigen, unsere Strategie umzusetzen und sich zu künftigen Führungskräften zu entwickeln.

Es besteht das Risiko, dass es uns nicht gelingen könnte, geeignete Mitarbeiter zu gewinnen und zu binden, künftige Führungskompetenzen aufzubauen und das Engagement und Vertrauen unserer Mitarbeiter zu erhalten.

Sollten sich bei der Steuerung und Sicherung unseres Talentpools Herausforderungen ergeben, die sich auf die erfolgreiche Umsetzung unserer Strategie, die Förderung unserer Wettbewerbsfähigkeit und die Maximierung unserer operativen Leistung auswirken, könnte dies unsere Fähigkeit beeinträchtigen, den Konzern zukunftsicher aufzustellen, und damit auch das Vertrauen unserer Anteilseigner negativ beeinflussen.

- Durch unsere Mitarbeitergespräche, Entwicklungspläne und Karriereplanungsprozesse fördern wir eine hohe Leistungsbereitschaft und Motivation.
- Wir bauen einen Talentpool für Fach- und Führungskräfte auf, beispielsweise durch unser International Graduate Leadership Programme, mit dem wir hoch qualifizierte Hochschulabsolventen rekrutieren, bei der beruflichen Entwicklung fördern und an den Konzern binden, damit sie in Zukunft kaufmännische Führungspositionen im Konzern übernehmen.
- Die von uns eingerichteten und betriebenen Online-Berufsakademien bieten unseren Mitarbeitern Lernangebote in speziellen Funktionsbereichen.
- Wir betreiben eine strategisch ausgerichtete Leadership Academy zur Sicherung leistungsstarker Führungskräfte auf allen Ebenen.

Art des Risikos

C. KUNDENNACHFRAGE

Reiseausgaben sind disponibel und preissensitiv und konkurrieren mit anderen Aufwendungen. Die wirtschaftlichen Aussichten bleiben ungewiss. Die Quellmärkte befinden sich in unterschiedlichen Konjunkturphasen. Außerdem haben sich in den letzten Jahren erfolgreiche substituierende Geschäftsmodelle wie internetbasierte Reise- und Hotelportale herausgebildet, die es dem Endkunden ermöglichen, die einzelnen Bestandteile einer Urlaubsreise selbst zusammenzustellen und separat zu buchen.

Es besteht das Risiko, dass diese externen Faktoren in unserer Branche die Kaufkraft unserer Kunden beeinträchtigen könnten, was wiederum Auswirkungen auf unsere kurzfristigen Wachstumsraten haben und zu einer Margenerosion führen könnte.

D. INPUTKOSTENVOLATILITÄT

Ein erheblicher Teil der Betriebsausgaben fällt in nicht lokaler Währung an und/oder betrifft Flugzeug- und Schiffstreibstoff, wodurch das Unternehmen Risiken aus Wechselkursänderungen und Änderungen der Treibstoffkosten ausgesetzt ist.

Es besteht das Risiko von Kostensteigerungen und Margeneinbrüchen, wenn wir die Volatilität der Wechselkurse, der Treibstoffpreise und sonstiger Inputkosten unzureichend steuern. Dies könnte das Erreichen unserer Gewinnziele gefährden.

Es besteht darüber hinaus das Risiko, dass wir bei einer zu starren Absicherungspolitik nicht in der Lage sind, auf den Preisdruck der Konkurrenz während der Saison zu reagieren, sodass dies negative Auswirkungen auf unsere Marktposition und/oder Rentabilität hätte.

Darüber hinaus können Veränderungen der makroökonomischen Rahmenbedingungen Auswirkungen auf die Wechselkurse haben. Insbesondere im Fall der £/€-Rate hätte dies einen direkten Einfluss auf die Translation der Ergebnisse aus Nicht-Euro-Ländern in den Euro, die Berichtswährung der TUI Group.

Risikobegrenzende Faktoren

- Dank unserer Marktposition als ein weltweit operierender Touristikkonzern, unserer Marken und unseres integrierten Geschäftsmodells können wir schlagkräftig auf Wettbewerbsrisiken reagieren.
- Die TUI Group zeichnet sich durch die kontinuierliche Entwicklung neuer Reiseangebote aus. Wir entwickeln neue Konzepte und Dienstleistungen, die den Anforderungen und Präferenzen unserer Kunden entsprechen. Wir bauen solide und dauerhafte Beziehungen zu unseren wichtigsten Hotelpartnern auf, wodurch unsere Fähigkeit, neue und exklusive Konzepte für die TUI Group zu entwickeln, weiter gestärkt wird.
- Viele Verbraucher räumen ihren Reiseausgaben gegenüber anderen disponiblen Ausgaben eine hohe Priorität ein.
- Wir nutzen unsere Größe, um Kosten zu reduzieren und wettbewerbsfähige Preise anzubieten.
- Durch eine Vielzahl von Quellmärkten sind wir nicht einem bestimmten Konjunkturzyklus ausgesetzt.
- Wir fördern die Vorteile des Reisens mit einem Veranstalter, damit unsere Kunden unbeschwert und vertrauensvoll reisen können.

- Wir nutzen geeignete derivative Finanzinstrumente, um geschäftsbezogene Risiken aus der Änderung von Treibstoffpreisen und Wechselkursen abzusichern.
- Wir verfolgen eine angemessene Sicherungspolitik, die bereits zum Zeitpunkt der Absicherung die sich abzeichnende Entwicklung der Buchungsprofile der Kunden in den Quellmärkten erfasst. Somit erhalten wir eine bestimmte Planungssicherheit für die Inputkosten, die bei Preisgestaltung und Planung der Kapazität Berücksichtigung finden. Andererseits erhalten wir dadurch eine gewisse Flexibilität bei der Festlegung der Preise und sind somit in der Lage, auf den Wettbewerbsdruck bei Bedarf zu reagieren.
- Wir verfolgen die Entwicklung der Wechselkurse und Treibstoffmärkte, um über die aktuellsten Marktinformationen zu verfügen und unsere Sicherungspolitik angemessen zu gestalten.
- Wir geben unsere wichtige Zielgröße für das Ergebniswachstum auf Basis konstanter Wechselkurse an. So lässt sich unser kurzfristiges Ergebnis ohne wechselkursbedingte Effekte einschätzen.

Detaillierte Angaben zur Absicherung von Währungskurs- und Treibstoffpreisisiken finden sich im Abschnitt Finanzinstrumente im Anhang zum Konzernabschluss.

Art des Risikos

E. SAISONALES CASH FLOW-PROFIL

Die Touristik ist durch eine Saisonalität des Geschäftsverlaufs geprägt. Die Gewinne werden überwiegend in den europäischen Sommermonaten erwirtschaftet. Auch die Zahlungsströme verlaufen ähnlich saisonal. Mit dem Eingang der Anzahlungen und Restzahlungen der Kunden ist der Bestand an liquiden Mitteln im Sommer am höchsten. Im Winter ist er am niedrigsten, da dann die Verpflichtungen gegenüber vielen Lieferanten nach Ende der Sommersaison zu begleichen sind.

Es besteht das Risiko, dass wir im Winter den saisonal bedingten geringen Bestand an liquiden Mitteln nicht angemessen steuern. Das könnte dazu führen, dass der Konzern im Winter nicht über ausreichend flüssige Mittel verfügt, um seinen finanziellen Verpflichtungen bei Fälligkeit nachkommen zu können und seine vertraglich festgelegten Finanzkennzahlen einzuhalten.

Risikobegrenzende Faktoren

- Unsere auf Urlaubserlebnisse fokussierte Strategie hilft uns, das Saisonalitätsrisiko zu reduzieren, da Hotels, Kreuzfahrten und Zielgebietserlebnisse ein ausgewogeneres unterjähriges Gewinn- und Cash Flow-Profil aufweisen.
- Da unser Touristikgeschäft in zahlreichen Quellmärkten vertreten ist, profitiert es von einer Reihe antizyklischer Merkmale. So spielt beispielsweise die Wintersaison in den Quellmärkten Nordische Länder und Kanada eine wichtigere Rolle. Auch weisen einige unserer Marken, wie z. B. die britische Skiurlaub-Marke Crystal Ski, ein anderes Saisonalitätsprofil auf und kompensieren so die Saisonalität des touristischen Geschäftsverlaufs.
- Unterjährig erstellen wir regelmäßig kurz- und langfristige Cash Flow-Prognosen, die unser Finanzteam für ein effektives Management der Zahlungsmittelressourcen nutzt.
- Wir haben eine Finanzrichtlinie eingeführt, die zu einer Verbesserung unserer Kreditwürdigkeit geführt hat und die es uns erleichtert, geeignete Finanzierungsmöglichkeiten zu wahren.
- Bestehende Finanzierungslinien werden als für unsere Anforderungen mehr als ausreichend betrachtet und sie räumen uns große Gestaltungsspielräume ein.
- Wir pflegen weiterhin gute Beziehungen zu den wichtigsten Gläubigern des Konzerns und überwachen die Einhaltung der in unseren Finanzierungsinstrumenten festgelegten Finanzstrukturkennzahlen.
- Wir verfügen weiterhin über die Option, bei Bedarf gegebenenfalls zusätzliches Kapital an den Finanzmärkten aufzunehmen.
- Wir überprüfen regelmäßig Optionen zur weiteren Verbesserung unserer Free Cash Flow-Position.

F. EINHALTUNG GESETZLICHER UND AUFSICHTSRECHTLICHER VORSCHRIFTEN

Die meisten Anbieter von Urlaubs- und Reisedienstleistungen sind in unterschiedlichen Volkswirtschaften und Rechtsordnungen tätig. Dadurch unterliegen sie einer Vielzahl rechtlicher Bestimmungen sowie steuerlicher und anderer aufsichtsrechtlicher Gesetzesvorgaben, die sie einzuhalten haben.

Die TUI Group operiert aus zahlreichen Quellmärkten heraus und bietet Urlaubsprodukte in mehr als 115 Destinationen an. Daher sind wir mit einer Fülle von Gesetzen und Bestimmungen konfrontiert, die wir einzuhalten haben. Andernfalls wären wir dem Risiko von Strafzahlungen oder anderen Sanktionen durch aufsichtsrechtliche Stellen ausgesetzt.

- Kommunikation und klares Vorleben der Unternehmenskultur durch das Management (Tone from the Top) bezüglich der Einhaltung von Gesetzen und Bestimmungen.
- Einrichtung des Legal Compliance-Ausschusses, um eine geeignete Kontrolle, Überwachung und Durchführung von Maßnahmenplänen zu gewährleisten und die Compliance-Kultur konzernweit weiter voranzubringen.
- Vorhalten rechtlicher und steuerlicher Fachkompetenz in allen wichtigen Geschäftsbereichen. Die entsprechenden Konzernfunktionen sind für die Pflege guter Beziehungen zu den zuständigen Regulierungsstellen und Behörden verantwortlich.
- Fortlaufende Implementierungen und Steuerung des Compliance Management-Systems seitens Group Integrity & Compliance durch die Beobachtung der Einhaltung von rechtlichen Bestimmungen und die Beratung lokaler Teams bei konkreten Compliance-Themen.

Art des Risikos

G. GESUNDHEIT UND SICHERHEIT

Für jeden Anbieter von Urlaubs- und Reisediensten ist es äußerst wichtig, die Gesundheit und Sicherheit seiner Märkte & Airlines-Kunden zu gewährleisten. Dies gilt insbesondere für die TUI AG als ein weltweit operierendes Touristikunternehmen mit mehr als 21 Mio. Kunden im Bereich Märkte & Airlines jährlich.

Es besteht das Risiko, dass Kunden oder Mitarbeiter während einer TUI Urlaubsreise in einen Unfall bzw. Vorfall mit Krankheits-, Verletzungs- oder Todesfolge verwickelt werden könnten. Dadurch könnten Reputationsschäden für unser Unternehmen und/oder finanzielle Verpflichtungen aufgrund des Einleitens rechtlicher Schritte durch die betroffenen Parteien entstehen.

H. LIEFERKETTENRISIKO

Anbieter von Urlaubs- und Reisediensten sind dem inhärenten Risiko ausgesetzt, dass ihre Hauptlieferanten, insbesondere für Hotels, Flugzeuge und Kreuzfahrtschiffe, ausfallen können. Dieses Risiko wird durch die branchenübliche Praxis von Vorauszahlungen an Hoteliers zur Sicherung von Hotelkontingenten für die Saison sowie in Bereichen verschärft, in denen ein Produkt oder eine Dienstleistung von einem einzigen Lieferanten bezogen wird.

Es besteht das Risiko, dass wir bei einem Ausfall eines wichtigen Service unserer Hauptlieferanten unsere Kerntätigkeit nicht fortführen könnten.

I. JOINT VENTURE-PARTNERSCHAFTEN

Bei Touristikunternehmen ist es üblich, im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit teilweise mit Joint Venture-Partnern zu arbeiten, um das Risiko neuer Unternehmen zu reduzieren oder den Zugang zu weiterer Fachkompetenz zu erhalten. Die TUI hat drei bedeutende Joint Ventures: Riu, TUI Cruises und Sunwing.

Sollte es uns nicht gelingen, gute Beziehungen zu unseren wichtigsten Partnern zu wahren, könnte dies dazu führen, dass die Ziele der Unternehmen nicht im Einklang mit den Konzernzielen stehen. Dies könnte zu operativen Schwierigkeiten führen und die Erreichung von Finanzzielen gefährden.

Risikobegrenzende Faktoren

- In allen Geschäftsbereichen sind Arbeitsschutzfunktionen etabliert, um sicherzustellen, dass Arbeitsschutzprozesse im Rahmen der normalen Betriebsabläufe einen angemessenen Stellenwert haben.
- Group Security, Health & Safety überwacht fortlaufend die Einhaltung der Mindeststandards im Konzern.
- Zur Absicherung von Risiken durch den Eintritt bestimmter Ereignisse wurden geeignete Versicherungen abgeschlossen.

- Wir arbeiten mit namhaften, wirtschaftlich stabilen Lieferanten, insbesondere in Bereichen, in denen ein Service von einem einzigen Lieferanten bezogen wird.
- Regelmäßige Überprüfung der Leistungen der Lieferanten anhand der vereinbarten Bedingungen.
- Wir pflegen gute Beziehungen zu jedem unserer wichtigen Lieferanten.
- Eigene Hotels und Hotels, die mit Joint Venture-Partnern betrieben werden, machen einen wesentlichen Teil unseres Programms aus. Dadurch wird unser inhärentes Risiko in diesem Bereich reduziert.
- Vorauszahlungen basieren auf einem geregelten Genehmigungsverfahren, um die Höhe der geleisteten Anzahlungen zu begrenzen und um sicherzustellen, dass diese Zahlungen nur an vertrauens- und kreditwürdige Vertragspartner geleistet werden.
- Anzahlungen werden rechtzeitig und ausreichend detailliert überwacht, um unser finanzielles Risiko auf einem vertretbaren Niveau zu halten.

- Wir pflegen gute Beziehungen zu jedem unserer wichtigsten Joint Venture-Partner. Sie alle unterstützen und engagieren sich umfassend für die Wachstumsstrategie der TUI Group.

Fortbestehensprognose (Viability Statement)

Gemäß der Vorschrift C2.2 des 2016 revidierten UK Corporate Governance Code beurteilt der Vorstand die Zukunftsaussichten der Gesellschaft über einen sich über mehr als die gemäß der Going Concern-Prämisse geforderten zwölf Monate erstreckenden Zeitraum. Der Vorstand betrachtet jährlich und rollierend auf Basis einer dreijährigen strategischen Planung die Geschäftsentwicklung. Die aktuelle Dreijahresplanung wurde im Dezember 2019 verabschiedet und erstreckt sich über den Zeitraum bis zum 30. September 2022. Ein Dreijahreshorizont wird für ein schnelllebiges Wettbewerbsumfeld, wie der Tourismus es ist, als angemessen betrachtet.

Es wird auch darauf hingewiesen, dass die aktuelle revolvingende Kreditlinie des Konzerns über 1.535,0 Mio. €, die eine Laufzeit bis Juli 2022 hat, rechtzeitig geprüft und genutzt wird, um die Liquidität des Konzerns aufgrund der Saisonalität der Zahlungsflüsse zu steuern. Die Dreijahresplanung berücksichtigt die Cash Flows sowie die Einhaltung der in der Kreditfazilität festgelegten Finanzkennzahlen.

Wesentliche Annahmen, auf denen die Dreijahresplanung und die damit verbundene Cash Flow-Prognose basieren, sind, dass die Flugzeug- und Kreuzfahrtschifffinanzierung weiterhin gesichert ist und dass die Bedingungen für den Austritt Großbritanniens aus der EU dergestalt sind, dass sämtliche unserer Airlines weiterhin Zugang zum EU-Luftraum haben werden.

Der Vorstand hat eine fundierte Bewertung der Hauptrisiken des Unternehmens unter Einbeziehung zukünftiger Ereignisse, die das Geschäftsmodell, die künftigen Ergebnisse, die Solvenz oder die Liquidität gefährden würden, durchgeführt. Im Rahmen einer Sensitivitätsanalyse werden die möglichen Auswirkungen der Hauptrisiken, wobei sie einzeln oder gemeinsam auftreten können, ermittelt. Das umfasst die Modellierung der Auswirkungen von erheblichen Störungen infolge des Ausfalls wichtiger Services durch einen Hauptlieferanten auf den Cash Flow.

Unter Berücksichtigung der aktuellen Lage der Gesellschaft, der Hauptrisiken und der oben genannten Sensitivitätsanalyse hat der Vorstand die begründete Erwartung, dass das Unternehmen in der Lage sein wird, den Geschäftsbetrieb fortzuführen und die innerhalb des dreijährigen Betrachtungszeitraums auftretenden Verpflichtungen zu erfüllen.

Beschreibung der wesentlichen Merkmale des internen Kontroll- und des Risikomanagementsystems im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess (§ 289 Abs. 4 und § 315 Abs. 4 HGB)

1. BEGRIFFSBESTIMMUNGEN UND ELEMENTE DES INTERNEN KONTROLL- UND DES RISIKOMANAGEMENT-SYSTEMS IM TUI KONZERN

Das interne Kontrollsystem der TUI Group umfasst alle Grundsätze, Verfahren und Maßnahmen zur Sicherung der Wirksamkeit, Wir-

tschaftlichkeit und Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung sowie zur Sicherung der Einhaltung der maßgeblichen rechtlichen Vorschriften.

Das international anerkannte Rahmenwerk COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) bildet die konzeptionelle Grundlage für das interne Kontrollsystem der TUI Group, das aus dem internen Steuerungs- und dem internen Überwachungssystem besteht. Der Vorstand der TUI AG hat im Rahmen seiner Organfunktion zur Führung der Geschäfte spezifische Konzernfunktionen als Verantwortliche des internen Steuerungssystems im TUI Konzern benannt.

Prozessintegrierte und prozessunabhängige Überwachungsmaßnahmen bilden die Elemente des internen Überwachungssystems im TUI Konzern. Neben manuellen Prozesskontrollen – wie beispielsweise dem 4-Augen-Prinzip – sind auch die automatisierten IT-Prozess-Kontrollen ein wesentlicher Teil der prozessintegrierten Maßnahmen. Weiterhin werden durch Gremien, wie z. B. durch den Risikoüberwachungsausschuss der TUI AG (ROC), sowie durch spezifische Konzernfunktionen prozessintegrierte Überwachungen sichergestellt.

Der Aufsichtsrat der TUI AG, hier insbesondere der Prüfungsausschuss, und die Konzernrevision der TUI AG sind mit prozessunabhängigen Prüfungstätigkeiten in das interne Überwachungssystem im TUI Konzern eingebunden. Auf Grundlage des § 107 Abs. 3 AktG befasst sich der Prüfungsausschuss der TUI AG vor allem mit der Abschlussprüfung, der Überwachung des Rechnungslegungsprozesses und der Wirksamkeit des internen Kontroll- und des Risikomanagementsystems. Im Bericht des Prüfungsausschusses der TUI AG werden die Aussagefähigkeit der Finanzberichterstattung und die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses sowie die Wirksamkeit des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems erläutert.

 Bericht des Prüfungsausschusses: Siehe Seite 22.

Der Konzernabschlussprüfer gewinnt Einblick in das Kontrollumfeld des TUI Konzerns. Insbesondere die Prüfung der Konzernabschlüsse durch den Konzernabschlussprüfer bzw. die Prüfung der einbezogenen Einzelabschlüsse der Konzerngesellschaften bilden eine wesentliche prozessunabhängige Überwachungsmaßnahme im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess.

Das Risikomanagementsystem, das als Enterprise Risk Management-System (ERM-System) als Bestandteil des internen Kontrollsystems eingeführt wurde, ist mit Bezug auf die Konzernrechnungslegung auch auf das Risiko der Falschaussage in der Konzernbuchführung sowie in der externen Berichterstattung ausgerichtet. Im TUI Konzern umfasst das Risikomanagementsystem neben dem operativen Risikomanagement, das auch den Risikotransfer auf Versicherungsgesellschaften durch die Absicherung von Schadens- oder Haftungsrisiken sowie den Abschluss geeigneter Sicherungsgeschäfte zur Begrenzung von Fremdwährungs- und Rohstoffpreisisiken beinhaltet, konzernweit auch die systematische Risikofrüherkennung,

-steuerung und -überwachung. Weitere Erläuterungen zum Risikomanagementsystem werden im Abschnitt „Risiko-Governance“ dieses Risikoberichts erteilt.

2. EINSATZ VON IT-SYSTEMEN

Die Erfassung buchhalterischer Vorgänge erfolgt in den Einzelabschlüssen der TUI AG und der Tochterunternehmen der TUI AG im Wesentlichen durch lokale Buchhaltungssysteme der Hersteller SAP und Oracle. Zur Aufstellung des Konzernabschlusses der TUI AG werden durch die Tochterunternehmen die jeweiligen Einzelabschlüsse durch weitere Informationen zu standardisierten Berichtspaketen ergänzt, die dann durch sämtliche Konzernunternehmen in das Berichtssystem Oracle Hyperion Financial Management 11.1.2.4 (HFM) eingestellt werden. HFM wird dabei konzernweit als einheitliches Berichts- und Konsolidierungssystem eingesetzt, sodass keine weiteren Schnittstellen zur Erstellung des Konzernabschlusses vorhanden sind.

In HFM werden sämtliche Konsolidierungsvorgänge zur Erstellung des Konzernabschlusses der TUI AG, wie z. B. die Kapitalkonsolidierung, die Vermögens- und Schuldenkonsolidierung oder die Aufwands- und Ertragskonsolidierung einschließlich der Equity-Bewertung, generiert und vollständig dokumentiert. Nahezu alle Bestandteile des Konzernabschlusses der TUI AG einschließlich der Anhangangaben werden aus dem Konsolidierungssystem HFM entwickelt und validiert. HFM stellt auch diverse Module für Auswertungszwecke zur Verfügung, um ergänzende Informationen zur Erläuterung des Konzernabschlusses der TUI AG aufzubereiten.

Der in das Berichts- und Konsolidierungssystem HFM integrierte Workflow-Prozess stellt sicher, dass nach der Erfassung der Datenpakete durch die Berichtsgesellschaften das System gesperrt wird, um weitere Änderungen zu verhindern. Dies sichert die Datenintegrität innerhalb des Systems und erleichtert die Identifizierung etwaiger weiterer notwendiger Änderungen der Berichtspakete. Dieser Workflow-Prozess wurde von der Konzernrevision seit Einführung des Systems mehrfach überprüft und validiert.

Durch den Konzernabschlussprüfer der TUI AG werden aus den im Berichts- und Konsolidierungssystem HFM durch die Konzerngesellschaften erfassten Formularabschlüssen nach eigenem Ermessen bestimmte Formularabschlüsse ausgewählt, die dann für Zwecke der Konzernabschlussprüfung geprüft werden.

3. SPEZIFISCHE (KONZERN-)RECHNUNGSLEGUNGSBEZOGENE RISIKEN

Spezifische (konzern-)rechnungslegungsbezogene Risiken können z. B. aus ungewöhnlichen oder komplexen Geschäften, insbesondere zeitkritisch zum Ende des Geschäftsjahres, entstehen. Weiterhin sind Geschäftsvorfälle, die nicht routinemäßig verarbeitet werden, mit einem besonderen Risiko behaftet. Aus den Mitarbeitern notwendigerweise eingeräumten Ermessensspielräumen bei Ansatz und Bewertung von Vermögensgegenständen und Schulden können weitere (konzern-)rechnungslegungsbezogene Risiken resultieren. Auch aus der Auslagerung und Übertragung von rechnungslegungs-spezifischen Aufgaben auf Servicegesellschaften können sich spezifi-

sche Risiken ergeben. Rechnungslegungsbezogene Risiken aus derivativen Finanzinstrumenten werden im Anhang zum Konzernabschluss erläutert.

4. WESENTLICHE REGELUNGS- UND KONTROLLAKTIVITÄTEN ZUR SICHERSTELLUNG DER ORDNUNGSMÄSSIGKEIT UND VERLÄSSLICHKEIT DER (KONZERN-)RECHNUNGSLEGUNG

Die auf die Ordnungsmäßigkeit und Verlässlichkeit der (Konzern-)Rechnungslegung ausgerichteten Maßnahmen des internen Kontrollsystems stellen sicher, dass Geschäftsvorfälle in Übereinstimmung mit den gesetzlichen und satzungsmäßigen Vorschriften vollständig und zeitnah erfasst werden. Weiterhin ist gewährleistet, dass Vermögensgegenstände und Schulden im Jahres- und Konzernabschluss zutreffend angesetzt, bewertet und ausgewiesen werden. Die Regelungsaktivitäten stellen ebenfalls sicher, dass durch die Buchungsunterlagen verlässliche und nachvollziehbare Informationen zur Verfügung gestellt werden.

Die Kontrollaktivitäten zur Sicherstellung der Ordnungsmäßigkeit und Verlässlichkeit der Rechnungslegung umfassen beispielhaft die Analyse von Sachverhalten und Entwicklungen anhand spezifischer Kennzahlen. Die Trennung von Verwaltungs-, Ausführungs-, Abrechnungs- und Genehmigungsfunktionen und deren Wahrnehmung durch verschiedene Personen reduziert die Möglichkeit doloser Handlungen. Die organisatorischen Maßnahmen sind auch darauf ausgerichtet, unternehmens- oder konzernweite Umstrukturierungen oder Veränderungen in der Geschäftstätigkeit einzelner Geschäftsbereiche zeitnah und sachgerecht in der (Konzern-)Rechnungslegung zu erfassen. Weiterhin ist beispielsweise sichergestellt, dass bei Veränderungen in den eingesetzten IT-Systemen der zugrunde liegenden Buchführungen in den Konzerngesellschaften eine periodengerechte und vollständige Erfassung buchhalterischer Vorgänge erfolgt. Das interne Kontrollsystem gewährleistet auch die Abbildung von Veränderungen im wirtschaftlichen oder rechtlichen Umfeld des TUI Konzerns und stellt die Anwendung neuer oder geänderter gesetzlicher Vorschriften zur (Konzern-)Rechnungslegung sicher.

Die Bilanzierungsvorschriften im TUI Konzern regeln zusammen mit den Vorschriften zur Rechnungslegung nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) die einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze für die in den TUI Konzernabschluss einbezogenen inländischen und ausländischen Unternehmen. Sie beinhalten neben allgemeinen Bilanzierungsgrundsätzen und -methoden vor allem Regelungen zu Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Anhang, Lagebericht und Kapitalflussrechnung.

Die TUI Bilanzierungsvorschriften regeln auch konkrete formale Anforderungen an den Konzernabschluss. Neben der Festlegung des Konsolidierungskreises sind auch die durch die Konzerngesellschaften im Konzernberichtssystem HFM monatlich, quartalsweise oder jährlich zu berichtenden Inhalte im Detail festgelegt. Die TUI Bilanzierungsvorschriften enthalten weiterhin z. B. konkrete Vorgaben zur Abbildung, Abstimmung und Abwicklung von Transaktionen zwischen verbundenen Unternehmen und zur Ermittlung

des beizulegenden Werts von Vermögenswerten, insbesondere Geschäfts- oder Firmenwerten. Auf Konzernebene umfassen die spezifischen Kontrollaktivitäten zur Sicherstellung der Ordnungsmäßigkeit und Verlässlichkeit der (Konzern-)Rechnungslegung die Analyse und gegebenenfalls die Korrektur der durch die Konzerngesellschaften vorgelegten Einzelabschlüsse unter Beachtung der von den Abschlussprüfern erstellten Berichte und der hierzu mit dem Abschlussprüfer und dem lokalen Management geführten Abschlussbesprechungen. Gegebenenfalls darüber hinausgehende notwendige inhaltliche Anpassungen können, systemseitig abgegrenzt, von einer der nachgelagerten Instanzen vorgenommen werden. Durch die bereits systemtechnisch im Berichts- und Konsolidierungssystem HFM festgelegten Kontrollmechanismen wird das Risiko der Verarbeitung formal fehlerhafter Abschlüsse reduziert. Bestimmte Parameter werden zentral auf Konzernebene festgelegt und müssen von den Tochtergesellschaften angewendet werden. Dies betrifft u. a. auch die zentrale Festlegung der Parameter für die Bewertung von Pensions- oder sonstigen Rückstellungen sowie die Zinssätze für die Bewertung bestimmter Vermögenswerte im Rahmen von Cash Flow-Modellen. Mit der zentralen Durchführung von Werthaltigkeitstests für Geschäfts- oder Firmenwerte wird die Anwendung einheitlicher und standardisierter Bewertungskriterien im Konzernabschluss sichergestellt.

5. EINSCHRÄNKENDE HINWEISE

Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem ermöglicht durch die im TUI Konzern festgelegten Organisations-, Kontroll- und Überwachungsstrukturen die vollständige Erfassung, Aufbereitung und Würdigung von unternehmensbezogenen Sachverhalten sowie deren sachgerechte Darstellung in der (Konzern-)Rechnungslegung.

Insbesondere persönliche Ermessensentscheidungen, fehlerbehaftete Kontrollen, kriminelle Handlungen oder sonstige Umstände können allerdings der Natur der Sache nach nicht ausgeschlossen werden und führen dann zur eingeschränkten Wirksamkeit und Verlässlichkeit des eingesetzten internen Kontroll- und des Risikomanagementsystems, sodass auch die konzernweite Anwendung der eingesetzten Systeme nicht die absolute Sicherheit hinsichtlich der richtigen, vollständigen und zeitnahen Erfassung von Sachverhalten in der (Konzern-)Rechnungslegung gewährleisten kann.

Die getroffenen Aussagen beziehen sich nur auf die TUI AG und die nach IFRS 10 in den Konzernabschluss der TUI AG einbezogenen Tochterunternehmen.

GESAMTAUSSAGE DES VORSTANDS UND PROGNOSEBERICHT

Vergleich der tatsächlichen Geschäftsentwicklung 2019 mit der Prognose

Der Geschäftsverlauf hat sich im Geschäftsjahr 2019 insbesondere aufgrund externer Faktoren im Bereich Märkte & Airlines schwächer entwickelt, als wir dies in unserer ursprünglichen Prognose unterstellt hatten. Die Ergebniserwartung für das bereinigte EBITA wurde infolgedessen im Geschäftsjahr 2019 zweimal angepasst.

Am 6. Februar 2019 hat die TUI ihre Ergebniserwartung für das am 30. September 2019 endende Geschäftsjahr von ursprünglich mindestens 10 % Steigerung gegenüber dem rebasierten* bereinigten EBITA des Geschäftsjahres 2018 auf ein im Vergleich zum Geschäftsjahr 2018 weitgehend gleichbleibendes bereinigtes EBITA auf Basis konstanter Wechselkurse reduziert. Gleichzeitig wurde die Prognose von mindestens 10 % durchschnittlichem jährlichem Zuwachs des bereinigten EBITA auf Basis konstanter Wechselkurse für die drei Jahre bis zum Geschäftsjahr 2020 zurückgenommen. Ursächlich für diese Anpassung waren insbesondere externe Effekte, die zu einer schwächeren Ergebniserwartung im Bereich Märkte & Airlines führten.

*Rebasierter Vorjahreswert bereinigt um 40 Mio. €, die aus der Neubewertung der Euro-Darlehen der türkischen Hoteleinheiten aufgelaufen waren.

Am 29. März 2019 hat die TUI aufgrund des Flugverbots für Flugzeuge des Typs Boeing 737 Max ihre Ergebniserwartung für das am 30. September 2019 endende Geschäftsjahr erneut angepasst. Dabei wurden im Hinblick auf die Unsicherheit, wann mit einer Aufhebung des Flugverbots durch die Federal Aviation Administration (FAA) und die European Aviation Safety Agency (EASA) zu rechnen ist, zwei Szenarien betrachtet. Unter der Annahme, dass Flüge mit der Boeing 737 Max spätestens Mitte Juli 2019 wieder stattfinden können, wurde ein Einmaleffekt auf das bereinigte EBITA von ungefähr 200 Mio. € für Ersatzflugzeuge, höhere Treibstoffkosten, Kosten im Zusammenhang mit Betriebsunterbrechungen sowie negativen Auswirkungen auf das operative Geschäft erwartet. Aufgrund dieses Einmaleffekts wurde die Prognose für das bereinigte EBITA für das Geschäftsjahr 2019 auf ungefähr minus 17 % (bisher „weitgehend gleichbleibend“) gegenüber dem rebasierten bereinigten EBITA des Geschäftsjahres 2018 reduziert. Für den letztlich eingetretenen Fall einer späteren Aufhebung des Flugverbots wurde ein zusätzlicher Einmaleffekt bis zum 30. September 2019 von bis zu 100 Mio. € erwartet und die Prognose für das bereinigte EBITA für das Geschäftsjahr 2019 auf bis zu minus 26 %

im Vergleich zum rebasierten bereinigten EBITA des Geschäftsjahres 2018 angepasst.

Das bereinigte EBITA der TUI Group verringerte sich im Geschäftsjahr 2019 um 21,8 % auf 893,3 Mio. €. Auf Basis konstanter Wechselkurse für den Berichts- und Vorjahreszeitraum entspricht dies einem Rückgang von 25,6 % im Vergleich zum rebasierten bereinigten EBITA des Geschäftsjahres 2018 in Höhe von 1.182,8 Mio. €. Damit lag die tatsächliche Entwicklung auf dem Niveau unserer angepassten Erwartung für das Geschäftsjahr 2019, jedoch unterhalb der ursprünglichen Prognose. Die im bereinigten EBITA herausgerechneten Sonderbelastungen entsprachen im Berichtsjahr mit 124,9 Mio. € unserer Erwartung.

Trotz eines schwierigen Marktumfelds entwickelte sich unser Geschäftsbereich Urlaubserlebnisse insgesamt entsprechend unseren Erwartungen, wenngleich sich im Segment Hotels & Resorts die Nachfrageverlagerung vom westlichen zum östlichen Mittelmeerraum stärker als erwartet bemerkbar machte, so dass es zu einer Reduktion des bereinigten EBITA zu konstanten Wechselkursen im Vergleich zum rebasierten Vorjahreswert kam. Unser Märkte & Airlines-Geschäft entwickelte sich dagegen schwächer als ursprünglich erwartet. Ursächlich hierfür waren neben dem oben beschriebenen Flugverbot für Flugzeuge des Typs 737 Max insbesondere Überkapazitäten in bestimmten Destinationen sowie kurzfristigere Buchungen und schwächere Margen infolge des außergewöhnlich heißen Sommers im Jahr 2018. Darüber hinaus hat die anhaltende Schwäche des Britischen Pfund den Verkauf von Reisen an britische Kunden zu verbesserten Margen erschwert.

Der Umsatz der TUI Group stieg vor Umrechnungseffekten um 2,7 % im Vergleich zum Vorjahr an und erreichte damit nahezu die erwartete Steigerung von rund 3 % auf Basis konstanter Wechselkurse.

Der ROIC der TUI Group verminderte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 7,75 Prozentpunkte auf 15,46 %, während in der Planung nur von einem leichten Rückgang ausgegangen worden war. Unter Berücksichtigung der Kapitalkosten in Höhe von 6,46 % nahm der Wertbeitrag auf 520,0 Mio. € ab (Vorjahr 829,2 Mio. €).

Die Nettosach- und Finanzinvestitionen des Konzerns lagen mit 1,1 Mrd. € im Rahmen der prognostizierten Bandbreite von 1,0 bis 1,2 Mrd. €.

Der zum Ende des Geschäftsjahres 2019 ausgewiesene Schuldendeckungsgrad (Leverage Ratio) lag mit 3,0(x) am oberen Ende der angestrebten Bandbreite von 3,00(x) bis 2,25(x).

Erwartete Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen

Erwartete Entwicklung der weltweiten Produktionsleistung

| Veränderung in % | 2020 | 2019 |
|------------------|-------------|-------------|
| Welt | +3,4 | +3,0 |
| Euro-Zone | +1,4 | +1,2 |
| Deutschland | +1,2 | +0,5 |
| Frankreich | +1,3 | +1,2 |
| Großbritannien | +1,4 | +1,2 |
| USA | +2,1 | +2,4 |
| Russland | +1,9 | +1,1 |
| Japan | +0,5 | +0,9 |
| China | +5,8 | +6,1 |
| Indien | +7,0 | +6,1 |

Quelle: Internationaler Währungsfonds (IWF), World Economic Outlook, Oktober 2019

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE SITUATION

In seiner Prognose geht der Internationale Währungsfonds trotz eingetrübter Stimmung von einem moderaten Anstieg der weltweiten Produktionsleistung im Prognosezeitraum aus. In einigen Bereichen mehren sich Anzeichen für eine allmähliche Aufhellung der Stimmung, wenngleich auf niedrigem Niveau. Für das Kalenderjahr 2020 wird ein globales Wachstum von 3,4 % erwartet (IWF, World Economic Outlook, Oktober 2019).

MARKTENTWICKLUNG IN DER TOURISTIK

Die UNWTO geht davon aus, dass der internationale Tourismus in dieser Dekade weltweit weiter wachsen wird. Für den Zeitraum 2010 bis 2020 wird ein durchschnittliches gewogenes Wachstum von rund 3,8 % pro Jahr prognostiziert (UNWTO, Tourism Highlights, 2018 Edition).

In den ersten sechs Monaten 2019 haben die internationalen Ankünfte um 4,4 % zugenommen, für das gesamte Kalenderjahr 2019 rechnet die UNWTO mit einem Wachstum der weltweiten Ankünfte von 3 % bis 4 % gegenüber dem Vorjahr (UNWTO, World Tourism Barometer, Oktober 2019).

AUSWIRKUNGEN AUF DIE TUI GROUP

Die TUI Group ist als ein führender touristischer Anbieter abhängig von der Entwicklung der Konsumnachfrage in den großen Quellmärkten, in denen wir mit unseren Hotel-, Kreuzfahrt- und Veranstaltermarken vertreten sind. Unsere Planung basiert auf den Annahmen des IWF zur künftigen Entwicklung der Weltwirtschaft.

Das in unserer Planung für das Geschäftsjahr 2020 unterstellte Umsatzwachstum unserer Veranstalter liegt unter Berücksichtigung

erwarteter positiver Effekte aus dem Marktaustritt eines Wettbewerbers oberhalb der langfristigen Prognose der UNWTO.

Erwartete Entwicklung der Ertragslage

TUI GROUP

Die Umrechnung der Gewinn- und Verlustrechnungen ausländischer Tochterunternehmen in unserem Konzernabschluss erfolgt zu Monatsdurchschnittskursen. Einen wesentlichen Teil des Konzernumsatzes sowie einen hohen Ergebnis- und Cash Flow-Beitrag erwirtschaftet die TUI Group in Nicht-Euro-Währungen, insbesondere in Britischen Pfund, US-Dollar und schwedischen Kronen. Unter Berücksichtigung des saisonalen Geschäftsverlaufs in der Touristik hat die unterjährige Kursentwicklung dieser Währungen gegenüber dem Euro daher einen hohen Einfluss auf die im Konzernabschluss der TUI AG ausgewiesenen finanziellen Kennzahlen.

Unsere bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren für die Entwicklung der Ertragslage sind für das Geschäftsjahr 2020 der Umsatz sowie das bereinigte EBIT.

➔ *Definition des bereinigten EBIT: Siehe Wertorientierte Konzernsteuerung auf Seite 35 ff.*

Im Zuge der periodischen Wertanalyse betrachten wir den Return on Invested Capital (ROIC) und den absoluten Wertbeitrag als bedeutendste Leistungsindikatoren. Dabei werden dem erzielten ROIC die Kapitalkosten gegenübergestellt.

Die zukünftige Entwicklung des TUI Konzerns ist abhängig von der weiteren Entwicklung der Nachfrage in unseren Quellmärkten und Kundensegmenten, der Entwicklung unserer Inputkosten sowie den potenziellen Auswirkungen externer Ereignisse, die außerhalb unseres Einflussbereichs liegen.

Die nachfolgenden Aussagen zur voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im Geschäftsjahr 2020 basieren auf der Annahme konstanter Wechselkurse des abgelaufenen Geschäftsjahres 2019. Die prognostizierten Kennzahlen enthalten keine Effekte aus der erstmaligen Anwendung des neuen Rechnungslegungsstandards IFRS 16.

In unserem Ausblick haben wir unterstellt, dass unsere Boeing 737 Max-Flugzeuge ab Ende April 2020 wieder im Einsatz sein werden. Aus dem unterstellten Flugverbot für die Monate Oktober 2019 bis April 2020 haben wir in unserer Planung Ergebnisbelastungen von rund 130 Mio. € verarbeitet. Bei einem Anhalten des Flugverbots bis zum Ende der Sommersaison 2020 würden sich diese Kosten um weitere rund 220 bis 270 Mio. € erhöhen.

In unserer Planung für das Geschäftsjahr 2020 haben wir außerdem erwartete positive Umsatz- und Ergebniseffekte aus dem im Herbst 2019 erfolgten Marktaustritt eines Wettbewerbers verarbeitet. Als Reaktion hierauf haben wir unsere geplante Veranstalterkapazität für das Geschäftsjahr 2020 um 1,7 Mio. Gäste erhöht. Dies könnte zu einem Umsatzanstieg um 1,0 bis 1,3 Mrd. € sowie

zu einem positiven Ergebniseffekt auf Basis einer angenommenen Umsatzmarge von 2 bis 3 % führen.

Erwartete Entwicklung von Umsatz und bereinigtem EBIT des Konzerns

| Mio. € | 2019 | 2020* |
|------------------|--------|---|
| | | mittleres bis hohes Wachstum im einstelligen Prozentbereich |
| Umsatz | 18.928 | 950 – 1.050 Mio. € |
| Bereinigtes EBIT | 893 | rund 70 – 90 Mio. € Kosten |
| Bereinigungen | 125 | |

*Steigerung gegenüber Vorjahr in % auf Basis konstanter Wechselkurse und der aktuellen Konzernstruktur; die Prognose bezieht sich auf die fortzuführenden Geschäftsbereiche. Die prognostizierten Kennzahlen enthalten keine Effekte aus der erstmaligen Anwendung des neuen Rechnungslegungsstandards IFRS 16.

UMSATZ

Für das Geschäftsjahr 2020 erwarten wir auf Basis konstanter Wechselkurse ein mittleres bis hohes Umsatzwachstum im einstelligen Prozentbereich. Hierin enthalten ist ein erwarteter zusätzlicher Umsatz im Geschäftsjahr 2020 aus einem erhöhten Geschäftsvolumen infolge des Marktaustritts eines Wettbewerbers.

BEREINIGTES EBIT

Basierend auf unseren kurzfristigen strategischen Initiativen gehen wir davon aus, dass wir im Geschäftsjahr 2020 ein EBIT in einer Bandbreite von rund 950 bis 1.050 Mio. € erzielen werden. Hierin enthalten sind das erwartete Wachstum des Bereichs Urlaubserlebnisse sowie anhaltende Unsicherheiten, die sich auf unser Geschäft im Bereich Märkte & Airlines auswirken. Außerdem erwarten wir eine Kostenbelastung von rund 130 Mio. € aus dem Flugverbot für Boeing 737 Max Flugzeuge, unter der Annahme, dass die Boeing 737 Max bis Ende April 2020 wieder in Betrieb geht.*

*Vorbehaltlich einer Aufhebung des Flugverbots im Februar 2020.

Für den Fall, dass das Flugverbot für die Boeing 737 Max nicht rechtzeitig für eine Wiederinbetriebnahme bis Ende April 2020 aufgehoben wird und TUI für den Rest des Geschäftsjahres 2020 mit einem anhaltenden Flugverbot planen muss, geht der Konzern von weiteren Kosten zwischen ca. 220 und 270 Mio. € aus.

Beide Szenarien beinhalten keinerlei potenzielle Kompensationsleistungen von Boeing.

Unsere Prognose für das bereinigte EBIT beinhaltet außerdem Aufwendungen für den Ausbau unserer digitalen Plattformen im mittleren bis hohen zweistelligen Millionenbereich.

Aus der erstmaligen Anwendung von IFRS 16 erwarten wir eine Erhöhung des bereinigten EBIT in Höhe von in etwa 75 Mio. € (Abweichungen von plus/minus 5 % möglich). Die erwarteten

bilanziellen Auswirkungen bei der Erstanwendung sind ausführlich ab Seite 272 des Konzernanhangs beschrieben.

BEREINIGUNGEN

Unter Berücksichtigung eines erwarteten positiven Abgangsergebnisses in Höhe von rund 100 Mio. € aus dem Verkauf unserer deutschen Spezialveranstalter Berge & Meer und Boomerang Reisen erwarten wir für das Geschäftsjahr 2020 zu bereinigende Nettobelastungen in Höhe von insgesamt 70 bis 90 Mio. €. Hierbei handelt es sich außer um Kaufpreisallokationen insbesondere um Kosten für Effizienzsteigerungen und die weitere Transformation im Bereich Märkte & Airlines. Sofern in der Zukunft Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte anfallen sollten, würden diese ebenfalls in der Überleitung zum bereinigten EBIT bereinigt.

➔ Für Details zu Zielen und Strategien siehe Seite 28 ff.; für Details zu Risiken siehe den Risikobericht ab Seite 40.

ROIC UND WERTBEITRAG

Im Geschäftsjahr 2020 rechnen wir vor Berücksichtigung der Effekte aus der erstmaligen Anwendung des neuen Rechnungslegungsstandards IFRS 16 mit einem leichten Rückgang des ROIC und einem stabilen Wertbeitrag in Abhängigkeit von der Entwicklung der Kapitalkosten der TUI Group.

Entwicklung in den Segmenten im Geschäftsjahr 2020

HOTELS & RESORTS

Im Bereich Hotels & Resorts erwarten wir aufgrund unseres diversifizierten Portfolios an Destinationen bei einer anhaltend hohen Nachfrage für die Türkei und Nordafrika im Geschäftsjahr 2020 normalisierte Raten und Auslastungen in den spanischen Zielen, insbesondere auf den Kanarischen Inseln. Auch für unsere ganzjährigen Destinationen wie Mexiko, die Karibik und die Kapverden erwarten wir weiterhin eine hohe Nachfrage. Auch in Zukunft werden wir unser Anlagenportfolio weiter diversifizieren und gezielt in unsere wichtigsten Hotelmarken wie Riu, Robinson und Blue Diamond investieren. Bis 2020 werden wir unsere Marke TUI Blue von rund zehn auf knapp 100 Hotels ausbauen, indem wir bestehende Hotels im Portfolio neu positionieren und unsere Marke kapital-schonend weiter ausbauen.

KREUZFAHRTEN

Im Geschäftsjahr 2020 werden wir von dem erstmals ganzjährigen Einsatz der im Geschäftsjahr 2019 in Dienst gestellten drei Schiffe profitieren. Aufgrund neuer Vorschriften erwarten wir für das Geschäftsjahr 2020 steigende Treibstoffkosten sowie zusätzliche Kosten für technische Umrüstungen und Trockendocks, insbesondere bei Marella Cruises.

ZIELGEBIETSERLEBNISSE

Im Bereich Zielgebietserlebnisse wollen wir unsere Kundenbasis weiter ausbauen und die Buchungsrate von Touren und Aktivitäten weiter steigern, insbesondere durch unser Destination Management, aber auch durch unsere digitale Plattform Musement. Darüber

hinaus werden wir durch Partnerschaften, z. B. mit Ctrip, sowohl den Produkt- als auch den Drittvertrieb ausbauen. Damit wir diese strategischen Ziele erreichen, sind im Geschäftsjahr 2020 zusätzliche Aufwendungen für die Entwicklung unserer digitalen Plattform erforderlich.

MÄRKTE & AIRLINES

Im Bereich Märkte & Airlines stärkt die Konsolidierung durch die Insolvenz eines Wettbewerbers unsere Marktposition als integrierter Anbieter von Urlaubserlebnissen. In der Folge haben wir unsere geplante Kapazität für Winter 2019/20 um 2% und für Sommer 2020 um 14% erhöht. Außerdem konzentrieren wir uns weiterhin auf die Harmonisierung der Geschäftsabläufe, insbesondere in Bezug auf Prozesse, Gemeinkosten und den Flugbereich, sowie auf die Erzielung von Vorteilen aus der Digitalisierung. Wir erwarten, dass das herausfordernde Marktumfeld weiterhin bestehen bleiben wird.

Erwartete Entwicklung der Finanzlage

Für die Entwicklung der Finanzlage des Konzerns im Geschäftsjahr 2020 haben wir die Nettosach- und Finanzinvestitionen und die Nettofinanzposition des Konzerns als die bedeutsamsten Leistungsindikatoren identifiziert.

Erwartete Entwicklung der Finanzlage des Konzerns

| | 2019 | 2020 |
|--|----------------|------------------------|
| Nettosach- und -finanzinvestitionen | 1.118,5 Mio. € | rund 750–900 Mio. € |
| Nettoverschuldung | 0,9 Mrd. € | rund 1,8–2,1 Mrd. € |

NETTOSACH- UND FINANZINVESTITIONEN

Aufgrund bereits getroffener Investitionsentscheidungen und geplanter Projekte erwarten wir in der TUI Group für das Geschäftsjahr 2020 Nettosach- und Finanzinvestitionen in Höhe von rund 750 bis 900 Mio. €. Dies beinhaltet Anzahlungen auf Flugzeugbestellungen. Ausgenommen sind Flugzeuge, die durch Fremdkapital oder Finanzierungsleasing finanziert werden. Darüber hinaus sind Erlöse aus dem Verkauf von Vermögensgegenständen enthalten. Die Investitionen in Sachanlagen betreffen insbesondere die Einführung neuer Produktions- und Buchungssysteme bei unseren Veranstaltern sowie die Erhaltung und Erweiterung des Hotelportfolios. Nicht in der angegebenen Bandbreite enthalten sind potenzielle Hotelinvestitionen bei unserer vollkonsolidierten Beteiligung Riu zur Ausnutzung von Opportunitäten.

NETTOFINANZPOSITION

Für das Geschäftsjahr 2020 gehen wir von einem Anstieg der Nettoverschuldung des Konzerns auf rund 1,8 bis 2,1 Mrd. € aus.

Nachhaltige Entwicklung

KLIMASCHUTZ UND EMISSIONEN

Als bedeutsamsten nichtfinanziellen Leistungsindikator betrachten wir den spezifischen CO₂-Ausstoß (in g CO₂/pkm) unserer Flugzeugflotte. Dieser sollte bis 2020 um 10% gegenüber dem Referenzjahr 2014 (2014: 67,56 CO₂/pkm) gemindert werden. Im Airline-Bereich werden wir dieses Ziel bis 2020 nicht erreichen. Es beruht maßgeblich auf Effizienzsteigerungen und dem geplanten Flottenerneuerungsprogramm. Durch das Flugverbot der Boeing 737 Max und die damit verbundene Verspätung der Auslieferungen sehen wir einen negativen Effekt auf diese Zielerreichung. Bislang konnten im Vergleich zum Basisjahr 2014 Verbesserungen von 3,6% im Bereich der CO₂-Intensität erreicht werden. Eine Prognose für die CO₂-Intensität der TUI Airlines für das Geschäftsjahr 2020 gestaltet sich aufgrund des unbestätigten Wiederbereitstellungsplans der Boeing 737 Max schwierig. Unter der Annahme, dass die Boeing 737 Max im Frühjahr 2020 in Betrieb genommen werden würde, sollte sich dies aufgrund der Treibstoffeffizienz des Flugzeugs leicht positiv auf die CO₂-Intensität der TUI Airlines auswirken.

Gesamtaussage zur aktuellen Lage und zur voraussichtlichen Entwicklung des TUI Konzerns durch den Vorstand

Die aktuelle wirtschaftliche Lage und die Aussichten der TUI Group für das Geschäftsjahr 2020 beurteilen wir zum Zeitpunkt der Erstellung des Lageberichts (10. Dezember 2019) weiterhin positiv. Die TUI Group ist mit ihrem Finanzprofil, ihrer starken Marke und ihrem Leistungsportfolio gut im Markt aufgestellt. In den ersten Wochen des neuen Geschäftsjahres 2020 lag die Geschäftsentwicklung im Rahmen unserer Erwartungen.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2019 gab es eine Reihe von externen Herausforderungen, die unser Gesamtwachstum einschränkten. Einige dieser laufenden externen Herausforderungen bleiben bestehen und dürften auch im Geschäftsjahr 2020 anhalten. Die Entwicklung der TUI in diesem herausfordernden Marktumfeld zeigt die erfolgreiche Transformation zu einem integrierten Anbieter von Urlaubserlebnissen. Unsere strategische Positionierung kombiniert eigene Produkte mit starken Omni-Channel-Vertriebskapazitäten und ist über Märkte und Destinationen diversifiziert. Im kommenden Geschäftsjahr werden wir uns darauf konzentrieren, wettbewerbsfähiger zu werden, unser Urlaubserlebnisgeschäft selektiv auszubauen und unsere digitalen Plattformen in neuen Märkten und Destinationen zu entwickeln.

Für das Geschäftsjahr 2020 erwarten wir auf Basis konstanter Wechselkurse ein bereinigtes EBIT der TUI Group in Höhe von 950 Mio. € bis 1.050 Mio. €. Hierin enthalten sind erwartete 130 Mio. € Ergebnisbelastungen aus dem Flugverbot der Boeing 737 Max-Flugzeuge bis Ende April. Aufwendungen für den Ausbau unserer digitalen Plattformen im mittleren bis hohen zweistelligen Millionenbetrag. Aus der erstmaligen Anwendung von IFRS 16 erwarten wir eine Erhöhung des bereinigten EBIT in Höhe von 75 Mio. €.

Die erwarteten bilanziellen Auswirkungen bei der Erstanwendung sind ausführlich auf Seite 272 ff des Konzernanhangs beschrieben.

Prognose für die TUI AG

Die zukünftige Geschäftsentwicklung der TUI AG unterliegt im Wesentlichen den gleichen Einflüssen wie die der TUI Group. Aufgrund der Verflechtungen zwischen der TUI AG und ihren Konzerngesellschaften spiegeln der dargestellte Ausblick, die Chancen sowie die Risiken für die TUI Group größtenteils auch die Erwartungen für die TUI AG wider. Daher gelten die Ausführungen für die TUI Group auch für die TUI AG.

Chancenbericht

Das Chancenmanagement der TUI Group folgt der Konzernstrategie für das Kerngeschäft Touristik. Die Verantwortung für das systematische Erkennen und die Nutzung sich bietender Chancen liegt bei dem operativen Management der Segmente Hotels & Resorts, Kreuzfahrten, Zielgebietserlebnisse und unserer Quellmärkte. Marktszenarien und kritische Erfolgsfaktoren der einzelnen Geschäftsbereiche werden im Rahmen des konzernweiten Planungs- und Steuerungsprozesses analysiert und bewertet. Kernaufgabe des TUI Group Vorstands ist es, das profitable Wachstum der TUI Group durch die Optimierung des Beteiligungsportfolios und die Weiterentwicklung der Konzernstruktur nachhaltig abzusichern.

Die TUI Group ist insgesamt gut aufgestellt für das Nutzen von Chancen, die aus den wesentlichen Trends in ihren Märkten resultieren.

CHANCEN AUS DER ENTWICKLUNG DER RAHMENBEDINGUNGEN

Eine über den Erwartungen verlaufende wirtschaftliche Entwicklung würde sich über die daraus resultierende Erhöhung der Nachfrage nach Reisen positiv auf die TUI Group und ihre Sparten auswirken. Daneben könnten sich aus einem veränderten Wettbewerbsumfeld in einzelnen Märkten Chancen für die TUI Group ergeben. In unserer Planung haben wir keine Erstattungen Dritter für Ergebnisbelastungen durch das Flugverbot der Boeing 737 Max berücksichtigt.

UNTERNEHMENSSTRATEGISCHE CHANCEN

Chancen für weiteres organisches Wachstum sehen wir insbesondere im selektiven Ausbau unseres Hotelportfolios, unseres Kreuzfahrtgeschäfts und des Angebots unserer Sparte Zielgebietserlebnisse. Mittel bis langfristig könnten sich Chancen aus dem Ausbau unserer digitalen Plattformen und dem damit verbundenen Wachstum unserer Kundenbasis sowie der weiteren Individualisierung unserer Urlaubsangebote für unsere Kunden ergeben. Daneben wollen wir langfristig von dem demografischen Wandel und der dadurch erwarteten steigenden Nachfrage nach hochwertigen Urlaubsreisen mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis profitieren.

OPERATIVE CHANCEN

Mit unserem differenzierten Produktangebot und dem weiteren Ausbau des Eigenvertriebs in den Quellmärkten, insbesondere über das Internet sowie die TUI App, wollen wir unsere Wettbewerbsposition weiter verbessern. Operative Chancen sehen wir außerdem in einer verstärkten Integration unseres Geschäftsreichs Urlaubserlebnisse mit unserem Veranstaltergeschäft.

WIRTSCHAFTSBERICHT

Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Entwicklung der weltweiten Produktionsleistung

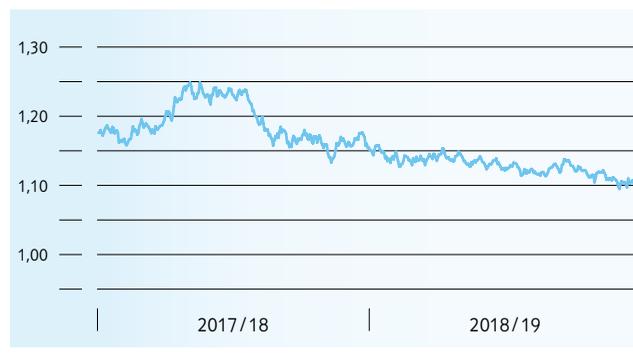
| Veränderung in % | 2019 | 2018 |
|------------------|-------------|-------------|
| Welt | +3,0 | +3,6 |
| Euro-Zone | +1,2 | +1,9 |
| Deutschland | +0,5 | +1,5 |
| Frankreich | +1,2 | +1,7 |
| Großbritannien | +1,2 | +1,4 |
| USA | +2,4 | +2,9 |
| Russland | +1,1 | +2,3 |
| Japan | +0,9 | +0,8 |
| China | +6,1 | +6,6 |
| Indien | +6,1 | +6,8 |

Quelle: Internationaler Währungsfonds (IWF), World Economic Outlook, Oktober 2019.

Für das Kalenderjahr 2019 erwartet der Internationale Währungsfonds (IWF, World Economic Outlook, Oktober 2018) ein Wirtschaftswachstum von 3,0%. Der Zuwachs der weltweiten Produktionsleistung liegt damit auf dem niedrigsten Niveau seit der Finanzkrise, da steigende geopolitische Spannungen und zunehmende Handelskonflikte die Unsicherheit in der internationalen Zusammenarbeit erhöht haben. Stabilisierend wirkten die vorgenommenen geldpolitischen Anpassungen und ein robuster Dienstleistungssektor, der das Beschäftigungswachstum unterstützt.

Wesentliche Wechselkurse und Rohstoffpreise

Wechselkurs US-Dollar \$/€

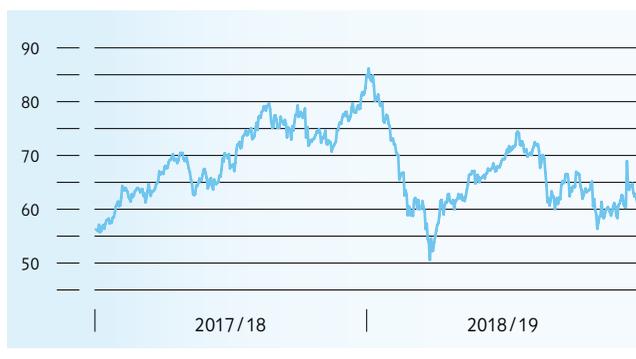


Wechselkurs Britisches Pfund £/€



Die Darstellung der Wechselkurs-Charts erfolgt in der am Devisenmarkt üblichen „Mengennotiz“. Ein Rückgang dieser Notierung bedeutet, dass die dargestellte Währung gegenüber dem Euro an Wert zunimmt. Ein Anstieg dieser Notierung bedeutet, dass die dargestellte Währung gegenüber dem Euro an Wert einbüßt.

Ölpreis Sorte Brent (\$/Barrel)



Die TUI Konzerngesellschaften sind mit ihren geschäftlichen Aktivitäten weltweit vertreten. Damit ist die TUI Group finanzwirtschaftlichen Risiken durch Veränderungen von Wechselkursen und Rohstoffpreisen ausgesetzt. Die wesentlichen operativen finanzwirtschaftlichen Transaktionsrisiken bestehen in Euro und US-Dollar. Sie entstehen hauptsächlich durch Fremdwährungskostenpositionen der einzelnen Konzerngesellschaften wie beispielsweise Kerosin und Bunkeröl oder Schiffshandling sowie im Hoteleinkauf. Die Parität des Britischen Pfund gegenüber dem Euro ist für die Umrechnung der im englischen Markt erzielten Ergebnisse im TUI Konzernabschluss von Bedeutung. In der Folge des Votums Großbritanniens für ein Ausscheiden aus der EU setzten sich Währungsschwankungen fort, die sich auf die Umrechnung der Ergebnisse unseres Geschäfts in Großbritannien auswirken.

Rohstoffpreisänderungen wirken sich in der TUI Group insbesondere auf die Beschaffung von Treibstoffen wie Kerosin und Bunkeröl aus. Der Ölpreis für die Sorte Brent lag zum 30. September 2019 bei 60,78 \$ pro Barrel und verringerte sich damit im Verlauf des Geschäftsjahres 2019 um rund 28,5 %.

Risiken aus Wechselkursänderungen und Preisrisiken aus Treibstoffeinkäufen werden in der Touristik überwiegend durch derivative Sicherungsgeschäfte abgesichert. Angaben zu Sicherungsstrategien und Risikomanagement sowie zu Finanzgeschäften und ihrem Umfang am Bilanzstichtag enthalten die Abschnitte Finanzlage und Risikobericht des Lageberichts sowie der Abschnitt Finanzinstrumente im Anhang zum Konzernabschluss.

→ Siehe Finanzlage auf Seite 76, Risikobericht auf Seite 40 und den Abschnitt Finanzinstrumente im Anhang auf Seite 242.

Touristik bleibt stabile Wachstumsbranche

Die TUI Group ist ein weltweit operierender Anbieter in der Touristik. Die Entwicklung des internationalen Touristikmarkts hat Einfluss auf alle Geschäftsbereiche des Konzerns. Gemäß der Definition der Welttourismusorganisation der Vereinten Nationen (UNWTO) bezeichnet Tourismus die Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen und sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken nicht länger als ein Jahr aufhalten. Wichtige Kenngrößen zur Messung der Größe des Touristikmarkts sind die internationalen Einnahmen in der Touristik sowie die Zahl internationaler Ankünfte. 2018 beliefen sich die Einnahmen durch internationale Touristen auf rund 1.451 Mrd. \$; das Plus gegenüber dem Vorjahr von 4,4 % fiel höher aus als der Zuwachs der weltweiten Produktionsleistung. Die internationalen Ankünfte stiegen auf 1,40 Mrd. und damit um 5,4 % im Vorjahresvergleich. Beide Kennzahlen stiegen in 2018 damit das neunte Jahr in Folge (UNWTO, Tourism Highlights, Edition 2019). Auch in der ersten Kalenderjahreshälfte 2019 setzte sich der Wachstumstrend weiter fort. Der Anstieg der internationalen touristischen Ankünfte weltweit betrug in diesem Zeitraum 4 %. Für 2019 wird insgesamt ein Wachstum von 3 % bis 4 % gegenüber dem Vorjahr erwartet (UNWTO, World Tourism Barometer, Oktober 2019).

Verschiedene Faktoren haben diesen Zuwachs begünstigt: die relativ stabile Weltwirtschaft, eine wachsende Mittelschicht in den Schwellenländern, der technologische Fortschritt sowie günstige Reisekosten und Erleichterungen in der Visabeschaffung. Freizeit-, Erholungs- und Urlaubsreisen machen mit 56 % den Großteil aller internationalen Ankünfte aus. Insgesamt bleibt die Touristik weiterhin eine der wichtigsten Branchen der Weltwirtschaft: Gemessen an der Kennzahl touristischer Export (Einnahmen durch internationale Touristen plus Passagiertransportleistungen) rangiert der Tourismus weltweit weiterhin an dritter Stelle (UNWTO, Tourism Highlights, Edition 2019).

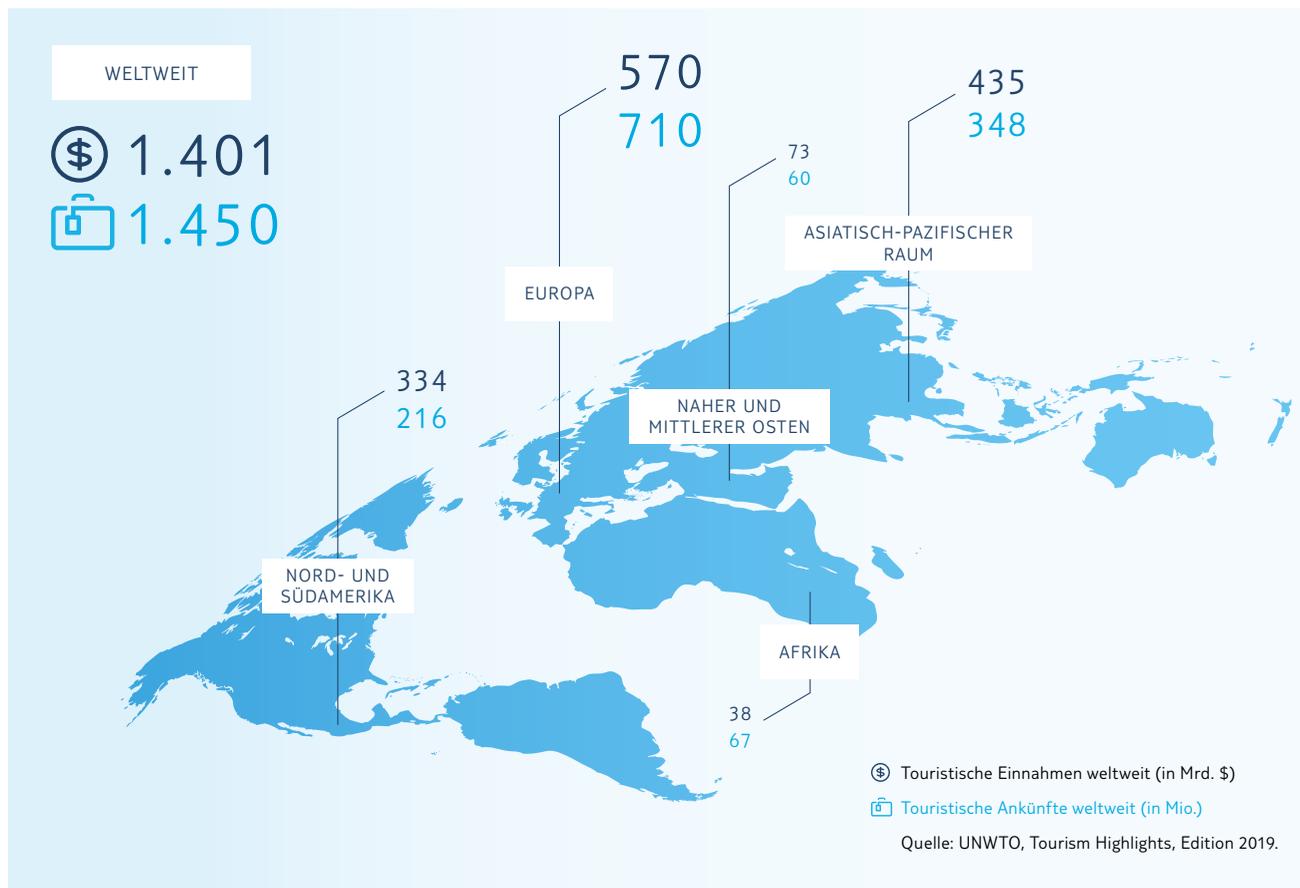
Veränderung internationale touristische Ankünfte gegenüber Vorjahr

| Veränderung in % | 2019* | 2018 |
|-----------------------|-------------|-------------|
| Welt | +4,4 | +5,4 |
| Europa | +4,2 | +5,5 |
| Asien und Pazifikraum | +6,2 | +7,2 |
| Amerika | +1,8 | +2,3 |
| Afrika | +3,4 | +7,0 |
| Mittlerer Osten | +8,1 | +4,7 |

Quelle: UNWTO World Tourism Barometer, Oktober 2019
* Zeitraum Januar bis Juni.

→ Zum Geschäftsverlauf in den Segmenten siehe Seite 69 ff.

Internationale touristische Ankünfte und Einnahmen



Europa blieb der größte und am weitesten entwickelte Touristmarkt der Welt. 2018 entfielen 51 % aller internationalen Ankünfte und 39 % der Touristikeinnahmen auf Europa, beide Werte stiegen damit um 5 % an. Gemessen an diesen Kennzahlen sind insbesondere Südeuropa und die europäischen Mittelmeeranrainer die weltweit größten touristischen Zielgebiete mit zum Teil zweistelligen Wachstumsraten. Unter den weltweiten Top-Ten-Destinationen befanden sich mit Frankreich, Spanien, Italien, Deutschland und Großbritannien fünf europäische Länder; diese Länder gehörten auch zu den Top Ten mit den höchsten internationalen Touristikeinnahmen. Im Markt der Reiseveranstalter weisen die Quellmärkte dabei unterschiedliche Konzentrationsgrade auf, wobei insbesondere in den europäischen Quellmärkten derzeit aufgrund der Insolvenz eines relevanten Mitbewerbers stärkere Konsolidierungen zu beobachten sind.

HOTELMARKT

Der gesamte Hotelmarkt für Geschäfts- und Privatreisen weltweit belief sich in 2018 auf 525 Mrd. € (bei konstanten Wechselkursen). Für 2018 bis 2023 wird ein durchschnittlicher jährlicher Zuwachs von 4 % auf Basis konstanter Preise von 2018 erwartet.

Der Übernachtungssektor umfasst sowohl Hotels als auch alternative Übernachtungsstätten wie z.B. kurzzeitig vermietete Apartments. Der gesamte Übernachtungsmarkt umfasste 2019 mehr als 700 Mrd. € (Euromonitor International Travel, Oktober 2019). Obwohl das Wachstum von Übernachtungsstätten außerhalb der klassischen Hotellerie in der jüngsten Vergangenheit stark zugenommen hat, kann die Hotelindustrie hierbei immer noch den größten Marktanteil verzeichnen.

Der Hotelmarkt teilt sich in die Ferien- und Geschäftshotellerie auf. Ferienhotels unterscheiden sich in diversen Merkmalen von Geschäftshotels, so beispielsweise durch eine längere durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste. Auch die Standorte, die Ausstattung und die Dienstleistungsanforderungen der Hotels unterscheiden sich. Aus Nachfragesicht unterteilt sich der Ferienhotelmarkt in Europa in mehrere kleinere Teilmärkte, die auf die individuellen Bedürfnisse und Wünsche der Gäste zugeschnitten sind. Diese Teilmärkte umfassen Premium-, Komfort- und Budgethotels sowie Familien-/Apartmenthotels und Club- oder Resorthotels. Hotelgesellschaften können in verschiedenen Marktsegmenten unterschiedliche Hotels bieten, weil sie sich häufig über das jeweilige

Preissegment, die Sternebewertung, Exklusivität oder Ausstattung definieren.

Das obere Segment des Ferienhotelmarkts zeichnet sich durch sehr anspruchsvolle und spezialisierte Häuser aus, die durch große, internationale Unternehmen und Investoren betrieben werden. Insbesondere Luxushotels, die nur ca. 10% aller Hotels weltweit repräsentieren, erwirtschaften fast die Hälfte des Hotelumsatzes (Euromonitor International Travel, Oktober 2019).

Insbesondere in Europa gibt es darüber hinaus eine Reihe kleiner, häufig familiengeführter Häuser, die weniger gehoben sind und über weniger finanzielle Mittel verfügen. Die meisten familiengeführten Hotels werden nicht unter einer Marke geführt. Angesichts der Vielzahl von Eigentums- und Betriebsmodellen in der Ferienhotellerie und des fragmentierten Wettbewerbsumfelds, das zumindest in Europa nicht durch große Hotelketten dominiert wird, unterscheidet sich das Wettbewerbsumfeld von einem Standort zum nächsten erheblich. Trotz dieser starken Fragmentierung ist auch in Europa wie in nahezu allen Weltregionen ein struktureller Wandel in der Hotellerie zu beobachten; immer mehr Hotelunternehmen werden Teil einer Kette oder einer Kooperation.

Trends in der Hotellerie sind vor allem die Themen Nachhaltigkeit, digitale Lösungen und mehrfache Raumnutzung. Diese Trends setzt auch die TUI Group in ihrem Hotelsegment um. So weist die Flaggschiff-Hotelmarke TUI Blue eine starke digitale Orientierung auf und entwickelt als ein Vorreiter spezielle Apps als Digital Service Assistant und Buchungsoptionen wie zum Beispiel die Wunschzimmerbuchung. Auch im Bereich Nachhaltigkeit setzt sich TUI Hotels & Resorts ein – ein Großteil des gesamten Portfolios weist bereits eine Nachhaltigkeitszertifizierung auf.

 *Siehe auch Seite 90.*

KREUZFAHRTMARKT

Die globale Kreuzfahrtbranche hat in 2018 Umsätze in Höhe von etwa 45,6 Mrd. \$ erzielt, ein Plus von 4,6% gegenüber dem Vorjahr. Für das Kalenderjahr 2019 wird das weltweite Passagieraufkommen bei Hochseekreuzfahrten auf rund 26,8 Mio. geschätzt. Mit rund 14,5 Mio. Gästen stammt der größte Anteil weiterhin aus Nordamerika, gefolgt von rund 6,9 Mio. Passagieren aus Europa (Cruise Market Watch Website, www.cruisemarketwatch.com/growth). Die am stärksten frequentierten Destinationen sind die Karibik mit einem Anteil von 34,4% und der Mittelmeerraum mit 17,3% (CLIA, 2019 Cruise Trends & Industry Outlook).

Die Kreuzfahrtmärkte Europas wiesen in 2018 zwischen den Ländern schwankende, aber insgesamt deutlich niedrigere Penetrationsraten als Nordamerika, dem am weitesten entwickelten Markt für Kreuzfahrten, auf. Deutschland ist der größte europäische Kreuzfahrtmarkt mit einem Passagieraufkommen von 2,1 Mio. Gästen in 2018.

Die Penetrationsrate lag bei 2,5% und war damit niedriger als in Großbritannien und Irland. Diese Länder bilden den zweitgrößten Kreuzfahrtmarkt in Europa mit 2,0 Mio. Kreuzfahrtpassagieren und der europaweit höchsten Penetrationsrate von 3,0% (Cruise Market Watch Website, www.cruisemarketwatch.com/market-share, Oktober 2018; CLIA, Cruise Industry Ocean Source Market Report – Australia, 2018). Die europäische Kreuzfahrtindustrie ist weiterhin eine attraktive Branche, für die eine Entwicklung im Einklang mit den Wachstumsprognosen für die gesamte Touristik erwartet wird.

ZIELGEBIETSERLEBNISSE

Der Markt für Touren und Aktivitäten in den Destinationen ist das am schnellsten wachsende Segment in der Touristik (Phocuswright, Euromonitor). Aktuell ist der Markt auf der Anbieterseite noch stark fragmentiert und wird weitgehend offline betrieben, unterliegt aber durch die zunehmende Konsolidierung und Digitalisierung einem raschen Wandel. Mit der Übernahme des italienischen Technologie-Start-ups Musement im Geschäftsjahr 2019 und dem Erwerb der Sparte Destination Management von Hotelbeds im Vorjahr ist die TUI Group im Geschäft mit Ausflügen, Touren und Aktivitäten in den Zielgebieten gut aufgestellt. Eine einheitliche Kundenplattform, kombiniert mit moderner Technologie, ermöglicht es uns, den Kunden schon vor Reiseantritt, aber auch während des Urlaubs maßgeschneiderte Angebote zu unterbreiten. Inzwischen verfügen wir über einen Bestand von rund 150.000 Exkursionen und Aktivitäten, die sowohl TUI Kunden als auch Drittkunden online angeboten werden. In diesem Jahr haben wir darüber hinaus eine Kooperation mit Ctrip, dem führenden chinesischen Online-Reiseportal, vereinbart, um zukünftig unsere Zielgebietserlebnisse auch den Ctrip-Kunden anzubieten zu können.

Starke Kernmarke TUI

Unsere Marke mit dem roten „Smile“ – dem lächelnden Logo, das sich aus den drei Buchstaben des Markennamens TUI formt – steht für den Anspruch der TUI Group, ihren Gästen ein durchgängiges Kundenerlebnis, digitale Präsenz und Wettbewerbsstärke zu bieten. Um die Strahlkraft und Stärke unserer Kernmarke noch besser zu nutzen und das damit verbundene Wachstumspotenzial auszuschöpfen, haben wir in den letzten Jahren einen weltweiten Markenauftritt und ein durchgängiges Markenerlebnis geschaffen. TUI gehört nun zu den bekanntesten Reisemarken in unseren europäischen Kernländern. Die Einführung der Marke TUI im Rahmen des Rebrandings lokaler Marken ist sehr erfolgreich verlaufen. Zwei Jahre nach dem Rebranding im letzten Quellmarkt Großbritannien hat TUI die ungestützte Markenbekanntheit der jeweiligen vorherigen Marke erreicht oder bereits übertroffen. Um die Abstrahleffekte unserer hohen Marken- und Marktpräsenz auch für unsere Hotelkonzepte zu nutzen, haben wir mit TUI Blue eine stark wachsende Hotelkernmarke etabliert, die TUI in ihrem Namen trägt.

Ertragslage des Konzerns

Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Die Ertragslage der TUI Group hat sich im Geschäftsjahr 2019 schwächer als im Vorjahr entwickelt. Das bereinigte EBITA aus fortzuführenden Geschäftsbereichen der TUI Group verminderte sich im Berichtsjahr um 249,5 Mio. € auf 893,3 Mio. €. Auf Basis

konstanter Wechselkurse entsprach dies einem Rückgang um 25,6 % im Vergleich zum Vorjahr, der insbesondere auf externe Herausforderungen im Bereich Märkte & Airlines, wie das Flugverbot für die Flugzeuge des Typs Boeing 737 Max, Flugüberkapazitäten für Spanien und die anhaltende Unsicherheit über den Brexit zurückzuführen ist.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der TUI AG für die Zeit vom 1.10.2018 bis 30.9.2019

| Mio. € | 2019 | 2018 angepasst | Veränderung in % |
|---|-----------------|-------------------|---------------------|
| Umsatzerlöse | 18.928,1 | 18.468,7 | + 2,5 |
| Umsatzkosten | 17.257,4 | 16.465,8 | + 4,8 |
| Bruttogewinn | 1.670,7 | 2.002,9 | -16,6 |
| Verwaltungsaufwendungen | 1.219,4 | 1.291,3 | - 5,6 |
| Sonstige Erträge | 21,3 | 67,4 | - 68,4 |
| Andere Aufwendungen | 22,5 | 3,5 | + 542,9 |
| Wertminderungsaufwendungen auf finanzielle Vermögenswerte | 4,5 | 20,1 | - 77,6 |
| Finanzerträge | 119,7 | 83,8 | + 42,8 |
| Finanzaufwendungen | 171,4 | 165,5 | + 3,6 |
| Ergebnis aus nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen | 297,5 | 292,1 | + 1,8 |
| Ergebnis vor Ertragsteuern | 691,4 | 965,8 | - 28,4 |
| Steuern vom Einkommen und vom Ertrag | 159,5 | 190,9 | - 16,4 |
| Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen | 531,9 | 774,9 | - 31,4 |
| Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen | - | 38,7 | n. a. |
| Konzerngewinn | 531,9 | 813,6 | - 34,6 |
| Anteil der Aktionäre der TUI AG am Konzerngewinn | 416,2 | 727,2 | - 42,8 |
| Anteil nicht beherrschender Gesellschafter am Konzerngewinn | 115,7 | 86,4 | + 33,9 |

UMSATZERLÖSE UND -KOSTEN**Umsatz**

| Mio. € | 2019 | 2018 angepasst | Veränderung in % |
|--|-----------------|-------------------|---------------------|
| Hotels & Resorts | 660,0 | 606,8 | +8,8 |
| Kreuzfahrten | 965,8 | 900,3 | +7,3 |
| Zielgebietserlebnisse | 856,2 | 309,7 | +176,5 |
| Urlaubserlebnisse | 2.482,0 | 1.816,8 | +36,6 |
| Region Nord | 6.345,2 | 6.457,7 | -1,7 |
| Region Zentral | 6.413,0 | 6.222,4 | +3,1 |
| Region West | 3.231,9 | 3.328,5 | -2,9 |
| Märkte & Airlines | 15.990,1 | 16.008,6 | -0,1 |
| Alle übrigen Segmente | 456,0 | 643,3 | -29,1 |
| TUI Group | 18.928,1 | 18.468,7 | +2,5 |
| TUI Group zu konstanten Wechselkursen | 18.959,5 | 18.468,7 | +2,7 |

Der Umsatz des TUI Konzerns nahm im Geschäftsjahr 2019 um 2,5 % auf 18,9 Mio. € zu. Bereinigt um Währungseffekte stieg der Umsatz um 2,7 %. Bei um 0,6 % unter dem Vorjahreswert liegenden Gästezahlen der Quellmärkte wirkten sich hier insbesondere Kapazitätserweiterungen im Segment Kreuzfahrten, höhere Durchschnittspreise im Segment Hotels & Resorts und das gesteigerte Geschäftsvolumen aus dem Erwerb der Destination Management-Sparte der Hotelbeds Group sowie des italienischen Technologie-Start-ups Musement aus. Den Umsatzerlösen werden in der Gewinn- und Verlustrechnung die Umsatzkosten gegenübergestellt, die sich im Berichtsjahr um 791,6 Mio. € erhöhten.

BRUTTOGEWINN

Der Bruttogewinn als Saldogröße aus Umsatzerlösen und -kosten reduzierte sich durch höhere Kosten infolge des Flugverbots für Flugzeuge des Typs Boeing 737 Max sowie aufgrund des Marktumfelds im Bereich Märkte & Airlines um 332,2 Mio. € gegenüber dem Wert des Vorjahres.

VERWALTUNGS-AUFWENDUNGEN

Die Verwaltungsaufwendungen verringerten sich um 71,9 Mio. € gegenüber dem Wert des Vorjahres auf 1.219,4 Mio. €.

SONSTIGE ERTRÄGE UND ANDERE AUFWENDUNGEN

Die sonstigen Erträge des Geschäftsjahres resultieren hauptsächlich aus dem Verkauf von Flugzeugvermögen sowie von Gebäuden. Die sonstigen Erträge des Vorjahres resultieren hauptsächlich aus der Veräußerung von drei Hotelgesellschaften sowie eines Hotels.

In den sonstigen Aufwendungen ist mit 12,0 Mio. € das Abgangsergebnis aus der Veräußerung der Corsair S.A. enthalten.

FINANZERGEBNIS

Die Verbesserung des Finanzergebnisses um 30,0 Mio. € auf -51,7 Mio. €. resultiert insbesondere aus der Auflösung von Rückstellungen für Zinsen im Zusammenhang mit der Neubewertung von Steuerverpflichtungen sowie aus der Auflösung von Fremdwährungssicherungsgeschäften, deren Grundlage nicht mehr gegeben ist.

EQUITY-ERGEBNIS

Das Ergebnis aus nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen in Höhe von 297,5 Mio. € enthält das anteilige Jahresergebnis der assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen.

ERGEBNIS AUS FORTZUFÜHRENDEN**GESCHÄFTSBEREICHEN**

Das Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen verminderte sich im Berichtsjahr um 243,0 Mio. € auf 531,9 Mio. €.

ERGEBNIS AUS AUFGEGEBENEN GESCHÄFTSBEREICHEN

Das Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen im Vorjahr resultiert aus Änderungen von Beträgen, die in direktem Zusammenhang mit der Veräußerung der Hotelbeds Group und der Specialist Group stehen.

KONZERNGEWINN

Der Konzerngewinn nahm im Vergleich zum Vorjahr um 281,7 Mio. € auf 531,9 Mio. € ab.

ANTEIL DER AKTIONÄRE DER TUI AG AM KONZERNGEWINN

Der auf die Aktionäre der TUI AG entfallende Anteil am Konzerngewinn verringerte sich um 311,0 Mio. € auf 416,2 Mio. € im Geschäftsjahr 2019. Der Rückgang ist insbesondere auf die Auswirkungen des Flugverbots für Flugzeuge des Typs Boeing 737 Max im Geschäftsbereich Märkte & Airlines zurückzuführen.

ANTEIL NICHT BEHERRSCHENDER GESELLSCHAFTER AM**KONZERNERGEBNIS**

Der Anteil nicht beherrschender Gesellschafter am Konzernergebnis betrug im Berichtsjahr 115,7 Mio. €. Er betraf vornehmlich die RIUSA II Gruppe.

ERGEBNIS JE AKTIE

Die Aktionäre der TUI AG hatten nach Abzug der Minderheitsanteile im Geschäftsjahr 2019 einen Anteil von 416,2 Mio. € (Vorjahr 727,2 Mio. €) am Konzernergebnis. Dadurch ergab sich ein unverwässertes Ergebnis je Aktie für das Geschäftsjahr 2019 von 0,71 € (Vorjahr 1,17 €).

ALTERNATIVE PERFORMANCE-KENNZAHLEN

Die nachstehende Tabelle zeigt die Überleitung des Ergebnisses vor Ertragsteuern aus fortzuführenden Geschäftsbereichen auf das bereinigte EBITA.

Überleitung auf bereinigtes EBITA aus fortzuführenden Geschäftsbereichen

| Mio. € | 2019 | 2018 angepasst | Veränderung in % |
|--|--------------|-------------------|---------------------|
| Ergebnis vor Ertragsteuern aus fortzuführenden Geschäftsbereichen | 691,4 | 965,8 | -28,4 |
| zuzüglich Nettozinsbelastung | 74,1 | 82,3 | -10,0 |
| zuzüglich Aufwand aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten | 2,9 | 6,4 | -54,7 |
| EBITA aus fortzuführenden Geschäftsbereichen | 768,4 | 1.054,5 | -27,1 |
| Bereinigungen: | | | |
| zuzüglich Abgangsverlusten/abzüglich Abgangsgewinnen | 12,0 | -2,1 | n. a. |
| zuzüglich Restrukturierungsaufwand | 52,0 | 34,9 | +49,0 |
| zuzüglich Aufwand aus Kaufpreisallokation | 38,8 | 33,3 | +16,5 |
| zuzüglich Aufwand aus Einzelsachverhalten | 22,1 | 22,2 | -0,5 |
| Bereinigtes EBITA aus fortzuführenden Geschäftsbereichen | 893,3 | 1.142,8 | -21,8 |

Das EBITA definieren wir als Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und Wertberichtigungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte. Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte sind im EBITA enthalten. Nicht im EBITA enthalten sind Bewertungseffekte auf Zinssicherungsinstrumente. Das EBITA der TUI Group reduzierte sich aufgrund des schwächeren Geschäftsverlaufs im Geschäftsjahr 2019 um 286,1 Mio. € auf 768,4 Mio. €.

EBITA

| Mio. € | 2019 | 2018 angepasst | Veränderung in % |
|----------------------------------|--------------|-------------------|---------------------|
| Hotels & Resorts | 442,6 | 420,0 | +5,4 |
| Kreuzfahrten | 366,0 | 323,9 | +13,0 |
| Zielgebietserlebnisse | 34,7 | 42,6 | -18,5 |
| Urlaubserlebnisse | 843,3 | 786,5 | +7,2 |
| Region Nord | 33,0 | 245,3 | -86,5 |
| Region Zentral | 60,4 | 73,5 | -17,8 |
| Region West | -44,4 | 100,0 | n. a. |
| Märkte & Airlines | 49,0 | 418,8 | -88,3 |
| Alle übrigen Segmente | -123,9 | -150,7 | +17,8 |
| TUI Group | 768,4 | 1.054,5 | -27,1 |
| Aufgegebene Geschäftsbereiche | - | 38,7 | n. a. |
| Summe der Segmente | 768,4 | 1.093,2 | -29,7 |

Zur Erläuterung und Bewertung der operativen Geschäftsentwicklung in den Segmenten wird nachfolgend auf das um Sondereinflüsse bereinigte Ergebnis (bereinigtes EBITA) abgestellt. Dieses Ergebnis ist um Abgangsergebnisse von Finanzanlagen, Restrukturierungsaufwendungen nach IAS 37, sämtliche Effekte aus Kaufpreisallokationen, Anschaffungsnebenkosten und bedingten Kaufpreiszahlungen sowie andere Aufwendungen und Erträge aus Einzelsachverhalten korrigiert worden.

Als Einzelsachverhalte werden hier Erträge und Aufwendungen bereinigt, die aufgrund ihrer Höhe sowie der Häufigkeit ihres Eintritts die Beurteilung der operativen Ertragskraft der Unternehmens-

bereiche und des Konzerns erschweren oder verzerren. Zu diesen Sachverhalten zählen insbesondere wesentliche Reorganisations- und Integrationsaufwendungen, die nicht die Kriterien nach IAS 37 erfüllen, wesentliche Aufwendungen aus Rechtsstreitigkeiten, Gewinne und Verluste aus dem Verkauf von Flugzeugen sowie andere wesentliche Geschäftsvorfälle mit Einmalcharakter.

Das bereinigte EBITA der TUI Group verringerte sich im Geschäftsjahr 2019 um 249,5 Mio. € auf 893,3 Mio. €.

Bereinigtes EBITA

| Mio. € | 2019 | 2018 angepasst | Veränderung in % |
|--|--------------|-------------------|---------------------|
| Hotels & Resorts | 451,5 | 420,0 | +7,5 |
| Kreuzfahrten | 366,0 | 323,9 | +13,0 |
| Zielgebietserlebnisse | 55,7 | 45,6 | +22,1 |
| Urlaubserlebnisse | 873,2 | 789,5 | +10,6 |
| Region Nord | 56,8 | 278,2 | -79,6 |
| Region Zentral | 102,0 | 94,9 | +7,5 |
| Region West | -27,0 | 124,2 | n. a. |
| Märkte & Airlines | 131,8 | 497,3 | -73,5 |
| Alle übrigen Segmente | -111,7 | -144,0 | +22,4 |
| TUI Group | 893,3 | 1.142,8 | -21,8 |
| TUI Group zu konstanten Wechsel- kursen | 879,9 | 1.182,8* | -25,6 |

*Rebasierter Vorjahreswert bereinigt um 40 Mio. €, die aus der Neubewertung der Euro-Darlehen der türkischen Hoteleinheiten aufgelaufen waren.

Im Geschäftsjahr 2019 wurden Erträge in Höhe von 35,5 Mio. € aus der Herabsetzung der Pensionsverpflichtungen im Vereinigten Königreich, dem Verkauf von Flugzeugvermögen sowie der Auflösung von Rückstellungen bereinigt. Dem gegenüber standen 38,8 Mio. € Aufwendungen aus Kaufpreisallokationen sowie übrige bereinigte Aufwendungen in Höhe von 121,6 Mio. €. Im Wesentlichen handelte es sich dabei um die folgenden Sachverhalte:

ABGANGSERGEBNISSE

Die im Geschäftsjahr 2019 bereinigten Aufwendungen aus dem Abgang von Finanzanlagen in Höhe von 12,0 Mio. € betrafen den Verkauf der französischen Fluglinie Corsair.

RESTRUKTURIERUNGSKOSTEN

Die im Geschäftsjahr 2019 bereinigten Restrukturierungskosten von 52,0 Mio. € resultierten überwiegend aus Restrukturierungen in Deutschland und dem Vereinigten Königreich.

AUFWENDUNGEN AUS KAUFPREISALLOKATIONEN

Die Aufwendungen aus Kaufpreisallokationen enthalten insbesondere planmäßige Abschreibungen immaterieller Vermögenswerte aus in Vorjahren getätigten Akquisitionen.

EINZELSACHVERHALTE

Die saldierten Aufwendungen aus Einzelsachverhalten in Höhe von 22,1 Mio. € betrafen mit rund 17 Mio. € den Bereich Urlaubserlebnisse. Im Wesentlichen handelte es sich dabei um Kosten für Reorganisationen im Segment Zielgebietserlebnisse sowie im Vereinigten Königreich, den Nordischen Ländern, Deutschland und Frankreich.

WEITERE SEGMENTKENNZAHLEN**Überleitung auf EBITDAR (fortzuführende Geschäftsbereiche)**

| Mio. € | 2019 | 2018 angepasst | Veränderung in % |
|--|----------------|-------------------|---------------------|
| EBITA | 768,4 | 1.054,5 | -27,1 |
| Abschreibungen (+)/Zuschreibungen (-) auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sach- und Finanzanlagen | 509,0 | 439,8 | +15,7 |
| EBITDA | 1.277,4 | 1.494,3 | -14,5 |
| Langfristige Miet-, Pacht- und Leasingaufwendungen | 713,0 | 721,5 | -1,2 |
| EBITDAR | 1.990,4 | 2.215,8 | -10,2 |

EBITDA und bereinigtes EBITDA

| Mio. € | EBITDA | | | Bereinigtes EBITDA* | | |
|-------------------------------|----------------|-------------------|---------------------|---------------------|-------------------|---------------------|
| | 2019 | 2018 angepasst | Veränderung in % | 2019 | 2018 angepasst | Veränderung in % |
| Hotels & Resorts | 554,3 | 518,8 | +6,8 | 563,3 | 518,9 | +8,6 |
| Kreuzfahrten | 457,6 | 398,3 | +14,9 | 457,6 | 398,3 | +14,9 |
| Zielgebietserlebnisse | 62,2 | 53,3 | +16,7 | 71,2 | 54,8 | +29,9 |
| Urlaubserlebnisse | 1.074,1 | 970,4 | +10,7 | 1.092,1 | 972,0 | +12,4 |
| Region Nord | 110,4 | 305,6 | -63,9 | 114,6 | 326,7 | -64,9 |
| Region Zentral | 84,8 | 101,3 | -16,3 | 123,7 | 115,9 | +6,7 |
| Region West | -18,0 | 122,4 | n.a. | -5,9 | 142,4 | n.a. |
| Märkte & Airlines | 177,2 | 529,3 | -66,5 | 232,4 | 585,0 | -60,3 |
| Alle übrigen Segmente | 26,1 | -5,4 | n.a. | 35,0 | -2,2 | n.a. |
| TUI Group | 1.277,4 | 1.494,3 | -14,5 | 1.359,5 | 1.554,8 | -12,6 |
| Aufgegebene Geschäftsbereiche | - | 38,7 | n.a. | - | - | - |
| Summe der Segmente | 1.277,4 | 1.533,0 | -16,7 | 1.359,5 | 1.554,8 | -12,6 |

* Bereinigungen gemäß Überleitung ab Seite 67 ohne darin enthaltene Ab- und Zuschreibungen.

Geschäftsentwicklung in den Segmenten

Urlauberlebnisse

| Urlauberlebnisse | | | |
|---|---------|-------------------|---------------------|
| Mio. € | 2019 | 2018 angepasst | Veränderung in % |
| Umsatz | 2.482,0 | 1.816,8 | +36,6 |
| Bereinigtes EBITA | 873,2 | 789,5 | +10,6 |
| Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen | 859,1 | 829,5* | +3,6 |

* Rebasierter Vorjahreswert bereinigt um 40 Mio. € für 2018, die aus der Neubewertung der Euro-Darlehen der türkischen Hoteleinheiten aufgelaufen waren.

Hotels & Resorts

| Mio. € | 2019 | 2018 angepasst | Veränderung in % |
|--|---------------|--------------------|---------------------|
| Gesamtumsatz | 1.511,7 | 1.389,7 | +8,8 |
| Umsatz | 660,0 | 606,8 | +8,8 |
| Bereinigtes EBITA | 451,5 | 420,0 | +7,5 |
| Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen | 437,5 | 460,0 ¹ | -4,9 |
| Kapazitäten Hotels, gesamt,² in Tsd. | 42.094 | 39.428 | +6,8 |
| Riu | 18.056 | 17.503 | +3,2 |
| Robinson | 3.333 | 3.095 | +7,7 |
| Blue Diamond | 4.379 | 3.638 | +20,4 |
| Auslastung Hotels, gesamt,³ in %, Veränderung in %-Pkt. | 82 | 83 | -1 |
| Riu | 88 | 89 | -1 |
| Robinson | 73 | 71 | +2 |
| Blue Diamond | 77 | 80 | -3 |
| Erlös pro Bett Hotels, gesamt,⁴ in € | 66 | 63 | 4,6 |
| Riu | 64 | 64 | +0,2 |
| Robinson | 93 | 93 | +0,3 |
| Blue Diamond | 118 | 111 | +5,8 |

Die Umsatzgrößen enthalten alle vollkonsolidierten Gesellschaften; alle übrigen Kennzahlen inklusive Equity-Gesellschaften.

¹ Rebasierter Vorjahreswert bereinigt um 40 Mio. €, die aus der Neubewertung der Euro-Darlehen der türkischen Hoteleinheiten aufgelaufen waren.

² Anzahl Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels, multipliziert mit Öffnungstagen pro Jahr.

³ Belegte Betten, dividiert durch Kapazität.

⁴ Arrangement-Umsatz, dividiert durch belegte Betten.

- Unser diversifiziertes Hotelportfolio in zahlreichen unterschiedlichen Destinationen erzielte ein Ergebnis von 437,5 Mio. € auf Basis konstanter Wechselkurse. Gegenüber dem rebasierten bereinigten EBITA des Vorjahres, in dem ein Nettoveräußerungserlös in Höhe von 43 Mio. € aus dem Verkauf von Riu-Hotels verarbeitet war, war dies ein Rückgang um 23 Mio. €. Unsere branchenweit führende Auslastung blieb mit 82 % auf einem hohen Niveau. Dies stellt die Attraktivität unseres Portfolios an Marken und Destinationen und den Erfolg unseres integrierten Geschäftsmodells unter Beweis. Es ermöglicht uns zudem, einen erheblichen Anteil unserer Kunden aus den Regionen in unsere eigenen Hotels und Kreuzfahrtschiffe zu steuern. Zusätzlich erreichen wir einen hohen Anteil im Direktvertrieb. Die Durchschnittserlöse stiegen um 5 % auf 66 €, insbesondere infolge der Verbesserung der Raten in der Türkei gegenüber dem Vorjahr.
- Wie erwartet, hat sich die Nachfrage in Spanien im Jahresverlauf normalisiert, nachdem zuvor die Erlöse pro Bett und die Auslastungen Rekordhöhen erreicht hatten. Teilweise wurde diese Entwicklung durch die steigende Nachfrage nach unseren türkischen und nordafrikanischen Hotels ausgeglichen. Infolge der Normalisierung der Nachfrage nach Spanien sank die Auslastung bei Riu gegenüber dem Vorjahr um 1 Prozentpunkt auf 88 %. Die verbesserte Auslastung in der Karibik wurde durch einen Rückgang auf den Kanarischen Inseln ausgeglichen. Der durchschnittliche Erlös blieb mit 64 € auf Vorjahresniveau.
- Robinson erzielte im Berichtsjahr eine starke operative Geschäftsentwicklung. Diese war auf die Eröffnung eines neuen Hotels in der Türkei und auf eine höhere Nachfrage insbesondere nach unseren Clubs in der Türkei und Nordafrika zurückzuführen. Darüber hinaus profitierte Robinson von der Wiedereröffnung unseres Traditionsclubs Jandia Playa auf Fuerteventura, der im Vorjahr renovierungsbedingt geschlossen war. Die Auslastung stieg um zwei Prozentpunkte auf 73 %. Die Durchschnittsrate lag mit 93 € auf dem Vorjahresniveau.
- Blue Diamond verzeichnete einen Rückgang des Ergebnisses, der durch höhere Zins- und Abschreibungsaufwendungen für unsere neuen Anlagen und niedrigere Auslastungsraten im gesamten Portfolio bedingt war. Vor allem die Hotelanlagen in der Dominikanischen Republik und Mexiko verzeichneten eine rückläufige Nachfrage. Während die Auslastung um 3 Prozentpunkte auf 77 % zurückging, stiegen die durchschnittlichen Erlöse pro Bett um 6 % – einschließlich der Währungseffekte. Währungsbereinigt blieb der Erlös auf Vorjahresniveau.
- Unsere übrigen Hotels profitierten im Jahresverlauf von der guten Geschäftsentwicklung unserer Hotels in Griechenland. Infolge des Wiederanstiegs der Nachfrage nach der Türkei und Nordafrika verzeichneten auch unsere Hotels in diesen beiden Regionen gute Ergebnisse.
- Im Einklang mit unserer Wachstumsstrategie eröffneten wir im Berichtsjahr 25 neue Hotels. Damit stieg die Gesamtzahl der Neueröffnungen seit dem Zusammenschluss auf rund 70, sodass wir unser ursprüngliches Ziel weit übertroffen haben. Etwa

zwei Drittel der 70 Neueröffnungen seit dem Zusammenschluss erfolgten auf Basis weniger kapitalintensiver Modelle (im Rahmen von Management- oder Franchiseverträgen oder Joint Ventures mit einem Partner).

Kreuzfahrten

| Mio. € | 2019 | 2018 angepasst | Veränderung in % |
|---|-------|-------------------|---------------------|
| Umsatz ¹ | 965,8 | 900,3 | +7,3 |
| Bereinigtes EBITA | 366,0 | 323,9 | +13,0 |
| Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen | 366,7 | 323,9 | +13,2 |
| Auslastung in %, Veränderung in %-Pkt. | | | |
| TUI Cruises | 100,7 | 100,8 | -0,1 |
| Marella Cruises | 100,4 | 100,9 | -0,5 |
| Hapag-Lloyd Cruises | 78,9 | 78,3 | +0,6 |
| Passagiertage in Tsd. | | | |
| TUI Cruises | 6.138 | 5.194 | +18,2 |
| Marella Cruises | 3.298 | 2.953 | +11,7 |
| Hapag-Lloyd Cruises | 332 | 352 | -5,7 |
| Durchschnittsrate² in € | | | |
| TUI Cruises | 174 | 178 | -2,2 |
| Marella Cruises ³ in £ | 149 | 141 | +5,7 |
| Hapag-Lloyd Cruises | 641 | 615 | +4,2 |

¹ Umsatz enthält nicht TUI Cruises, da das Joint Venture at Equity im Konzernabschluss bewertet wird.

² Pro Tag und Passagier.

³ Entspricht KPI Umsatz, inklusive aller Pauschalreiseelemente.

- Im Geschäftsjahr 2019 erzielte unser Segment Kreuzfahrten erneut starke Zuwächse. Das bereinigte EBITA stieg auf Basis konstanter Wechselkurse um 43 Mio. € auf 367 Mio. €. Jede unserer drei führenden Kreuzfahrtmarken in Deutschland und Großbritannien stellte im Berichtsjahr jeweils ein neues Schiff in Dienst und erzielte eine anhaltend hohe Auslastung und verbesserte Tagesraten. Die Entwicklung spiegelte die erfolgreiche Joint Venture-Struktur von TUI Cruises sowie die starken Leistungen von Marella und Hapag-Lloyd Cruises, unseren hundertprozentigen Tochtergesellschaften, wider.
- TUI Cruises, unser Gemeinschaftsunternehmen mit Royal Caribbean für den deutschsprachigen Markt, erzielte einen Ergebniszuwachs gegenüber dem Vorjahr. Darin spiegelte sich erwartungsgemäß der im Berichtsjahr erfolgte Kapazitätsausbau von 18 % (durch die Indienststellung der neuen Mein Schiff 1 im H2 des Geschäftsjahres 2018 und der neuen Mein Schiff 2 im Februar 2019) wider. Die durchschnittliche Tagesrate lag bei 174 €, ein Rückgang um 2 % gegenüber dem Vorjahr. Dies ist teilweise auf die Inbetriebnahme der Mein Schiff 2 in der margenschwachen Saison, auf die späte Vermarktung der Mein Schiff Herz sowie auf unseren Routenmix zurückzuführen, da im Berichtsjahr ein zusätzliches Schiff im Mittelmeer kreuzte, wo typischerweise niedrigere Erträge erzielt werden. Mit 101 % blieb die

Auslastung auf dem hohen Vorjahresniveau. Dies war auf die gute Nachfrage nach unserem deutschsprachigen Premium All Inclusive-Angebot zurückzuführen, die auch in dem von einem deutlichen Kapazitätsanstieg geprägten deutschen Kreuzfahrtmarkt anhaltend hoch war.

- Marella Cruises, unsere britische Kreuzfahrtmarke, profitierte von der erstmals ganzjährigen Einbeziehung der Marella Explorer 1 sowie die Indienststellung der Marella Explorer 2 im Mai 2019. Im Zuge unserer Flottenmodernisierung und unserer im Einklang mit der Entwicklung des britischen Kreuzfahrtmarkts erfolgenden Expansion blieb die Auslastung der Flotte mit 100 % hoch. Die durchschnittliche Tagesrate stieg gegenüber dem Vorjahr um 6 % auf 149 £ an.
- Hapag-Lloyd Cruises, unsere Luxus- und Expeditionskreuzfahrtmarke, stellte im Herbst 2018 die Hanseatic außer Dienst und ergänzte die Flotte um die Hanseatic nature im Mai 2019. Die Auslastung blieb mit 79 % auf dem hohen Vorjahresniveau und die durchschnittliche Tagesrate stieg um 4 % auf 641 €. In diesem Anstieg spiegelt sich die Flottenmodernisierung wider.

Zielgebietserlebnisse

| Mio. € | 2019 | 2018 angepasst | Veränderung in % |
|---|---------|-------------------|---------------------|
| Gesamtumsatz | 1.231,4 | 600,3 | +105,1 |
| Umsatz | 856,2 | 309,7 | +176,5 |
| Bereinigtes EBITA | 55,7 | 45,6 | +22,1 |
| Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen | 54,9 | 45,6 | +20,4 |

- Im Segment Zielgebietserlebnisse wurden die Akquisitionen des Kalenderjahres 2018, Destination Management und Museum, erstmals ganzjährig in die Betrachtung einbezogen. In der Folge stiegen die Gästezahlen signifikant an, insbesondere in Nordafrika, Südostasien, Australien und der Karibik. Der Vertrieb von Touren und Ausflügen verdoppelte sich annähernd gegenüber dem Vorjahr.

Märkte & Airlines

Märkte & Airlines

| Mio. € | 2019 | 2018 angepasst | Veränderung in % |
|---|----------|-------------------|---------------------|
| Umsatz | 15.990,1 | 16.008,6 | -0,1 |
| Bereinigtes EBITA | 131,8 | 497,3 | -73,5 |
| Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen | 138,1 | 497,3 | -72,2 |
| Net Promoter Score (NPS) ¹ in % | | | |
| Veränderung in %-Pkt. | 53 | 50 | +3,0 |
| Direktvertrieb ² in % | | | |
| Veränderung in %-Pkt. | 74 | 74 | - |
| Online-Vertrieb ³ in % | | | |
| Veränderung in %-Pkt. | 48 | 48 | - |
| Gästeszahlen ⁴ in Tsd. | 21.075 | 21.198 | -0,6 |

¹ Der NPS-Wert wird in Fragebögen zur Kundenzufriedenheit nach dem Urlaub erhoben. Er basiert auf der Frage „Wie wahrscheinlich ist es auf einer Skala von 0 bis 10, dass Sie die Marke einem Freund, Kollegen oder Verwandten weiterempfehlen würden?“, wobei 10 „sehr wahrscheinlich“ und 0 „sehr unwahrscheinlich“ entspricht. Der Wert bemisst sich am Anteil der Befürworter (Werte 9 und 10) abzüglich des Anteils der Kritiker (Werte 0 bis 6).

² Anteil der über eigene Vertriebskanäle (stationär und online) verkauften Reisen.

³ Anteil der über Online-Plattformen verkauften Reisen.

⁴ Im Q1 2019 wurden die italienischen Veranstalter aus Allen übrigen Segmenten in die Region Zentral umgliedert. Darüber hinaus wurden die Crystal-Ski-Gesellschaften, die Dienstleistungen in den Zielgebieten erbringen, aus der Region Nord in das Segment Zielgebietserlebnisse umgliedert. Die Vorjahreswerte wurden entsprechend angepasst.

- Im Geschäftsjahr 2019 stand unser Geschäftsbereich Märkte & Airlines vor einer Reihe externer Herausforderungen, vor allem infolge des Flugverbots für Maschinen des Typs Boeing 737 Max. Erschwerend wirkten sich zudem die anhaltende Schwäche des Verbrauchervertrauens infolge der Unsicherheit über den Brexit, die Auswirkungen der Hitzewelle im Sommer 2018 und das dadurch bedingte kurzfristigere Buchungsverhalten der Kunden, der Rückgang der Preise sowie der Margendruck aufgrund der Überkapazitäten auf Flugstrecken nach Spanien aus.
- Wie bereits im Laufe des Jahres von uns berichtet, verzeichneten daher viele unserer Märkte rückläufige Ergebnisse. Das gesamte bereinigte EBITA des Geschäftsbereichs Märkte & Airlines ging auf Basis konstanter Wechselkurse um 359 Mio. € zurück. Darin enthalten war ein Betrag von 293 Mio. €, der die durch das Flugverbot der Boeing 737 Max-Maschinen verursachten Belastungen widerspiegelte. Die Sommersaison 2019 schloss gut mit gegenüber dem Vorjahr unveränderten Buchungszahlen und Kapazitäten. Der Anstieg der durchschnittlichen Verkaufspreise konnte jedoch die Auswirkungen des Kostendrucks im Geschäftsjahr nicht ausgleichen. Insgesamt gingen die Gästezahlen leicht um 0,6% zurück. Während die Region Zentral einen Zuwachs der Gästezahlen verzeichnete, gingen die Gästezahlen in der Region Nord und der Region West zurück. Die Anteile des Direkt- und Online-Vertriebs blieben mit 74% und 48% stabil.

Mit 53 stieg die Weiterempfehlungsrate (Net Promoter Score) gegenüber dem Vorjahreswert von 50 an. Dies belegt unsere Fokussierung auf das Urlaubserlebnis unserer Kunden.

- Das schwierige Marktumfeld hat zum Sommerende 2019 zu der Insolvenz eines unserer wichtigsten Mitbewerber geführt. Aufgrund dieser anhaltenden Herausforderungen haben wir ein Markets & Domains Transformation Board für die Umsetzung unseres Markets Transformation-Programms eingesetzt. Ziel ist eine stetige Verbesserung unserer Wettbewerbsfähigkeit am Markt. Das unter der gemeinsamen Leitung unserer regionalen Geschäftsführungen und unserer wichtigsten Digitalexperten durchgeführte Programm fokussiert sich auf folgende Schwerpunkte mit dem Ziel, Marktanteile zu sichern und nach Möglichkeit auszubauen: Verbesserung des Kundenbeziehungsmanagements (CRM), Upselling im Bereich des digitalen Vertriebs durch Massenindividualisierung und Differenzierung, Harmonisierung des Einkaufs, Effizienz im Flugbereich, Steigerung des Vertriebs über mobile Endgeräte sowie gemeinsame IT-Plattformen.

Region Nord

| Mio. € | 2019 | 2018 angepasst | Veränderung in % |
|---|---------|-------------------|---------------------|
| Umsatz | 6.345,2 | 6.457,7 | -1,7 |
| Bereinigtes EBITA | 56,8 | 278,2 | -79,6 |
| Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen | 63,7 | 278,2 | -77,1 |
| Direktvertrieb ¹ in % | | | |
| Veränderung in %-Pkt. | 94 | 93 | +1 |
| Online-Vertrieb ² in % | | | |
| Veränderung in %-Pkt. | 67 | 66 | +1 |
| Gästeszahlen in Tsd. | 7.428 | 7.566 | -1,8 |

¹ Anteil der über eigene Vertriebskanäle (stationär und online) verkauften Reisen.

² Anteil der über Online-Plattformen verkauften Reisen.

Die Region Nord umfasst unsere Gesellschaften in Großbritannien und den Nordischen Ländern sowie die Joint Ventures in Kanada und das assoziierte Unternehmen in Russland.

- In Großbritannien wurde die Nachfrage während des Berichtsjahres durch die oben beschriebenen Faktoren beeinträchtigt. Das Flugverbot für Maschinen des Typs Boeing 737 Max führte zu einem Anstieg der Kosten um 121 Mio. €. Die Insolvenz eines bedeutenden Mitbewerbers verursachte Forderungsausfälle in Höhe von 10 Mio. €. Die Gästezahlen gingen leicht um 0,7% gegenüber dem Vorjahr zurück. Infolgedessen fiel die Marge für das Gesamtjahr erheblich niedriger aus.
- Wie seit Beginn des Berichtsjahres wiederholt beschrieben, waren die Nordischen Länder von dem Nachfragerückgang infolge der Hitzewelle des Sommers 2018 am stärksten betroffen. Dies hatte zu einem Rückgang der Gästezahlen um 6% und einer rückläufigen Auslastung geführt. Im Laufe des Berichtsjahres gab der Bereich im Rahmen der Effizienzsteigerung im Flugbe-

reich Pläne bekannt, Kurzstreckenflüge an drei skandinavischen Flugstandorten auf externe Fluglinien zu verlagern. Das Flugverbot der Boeing 737 Max-Maschinen führte in diesem Segment zu Kosten in Höhe von 33 Mio. €.

- Kanada verzeichnete im Geschäftsjahr 2019 einen rückläufigen Geschäftsverlauf, vor allem infolge der Auswirkungen des Flugverbots für die Boeing 737 Max-Maschinen mit Kosten in Höhe von 16 Mio. €.
- Gegenläufig wirkten Hedging-Gewinne von 29 Mio. €, die im Q1 aus einer nicht mehr benötigten Absicherung entstanden waren.

Region Zentral

| Mio. € | 2019 | 2018 angepasst | Veränderung in % |
|---|---------|-------------------|---------------------|
| Umsatz | 6.413,0 | 6.222,4 | +3,1 |
| Bereinigtes EBITA | 102,0 | 94,9 | +7,5 |
| Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen | 101,5 | 94,9 | +7,0 |
| Direktvertrieb ¹ in %, Veränderung in %-Pkt. | 50 | 50 | – |
| Online-Vertrieb ² in %, Veränderung in %-Pkt. | 22 | 22 | – |
| Gästepzahlen ³ in Tsd. | 7.830 | 7.778 | +0,7 |

¹ Anteil der über eigene Vertriebskanäle (stationär und online) verkauften Reisen.

² Anteil der über Online-Plattformen verkauften Reisen.

³ Im Q1 2019 wurden die italienischen Veranstalter aus Allen übrigen Segmenten in die Region Zentral umgegliedert. Die Vorjahreswerte wurden entsprechend angepasst.

Das Segment Region Zentral umfasst unsere Tätigkeiten in Deutschland und Österreich (als ein Quellmarkt zusammengefasst), der Schweiz, Italien und Polen.

- Auch in Deutschland wurde die Nachfrage durch die vorstehend beschriebenen Faktoren beeinträchtigt, insbesondere durch die Airline-Überkapazitäten auf Verbindungen nach Spanien. Dies führte zu einem Rückgang der Gästepzahlen um 1 %. Das Flugverbot für Maschinen des Typs Boeing 737 Max führte zu einem Kostenanstieg um 27 Mio. €, der teilweise durch den Wegfall der im Vorjahr für die Insolvenz von Niki angefallenen Kosten von 20 Mio. € kompensiert wurde. Die Insolvenz eines bedeutenden Mitbewerbers verursachte Kosten in Höhe von 2 Mio. € aufgrund der Nichtzahlung vertriebener Produkte. Die Anteile des Direkt- und Online-Vertriebs blieben mit 50 % bzw. 22 % zu stabil.
- Entsprechend der Entwicklung in unseren wichtigsten Märkten verzeichnete die Schweiz eine negative Nachfrageentwicklung. Im Gegensatz dazu erzielte Polen weiterhin Wachstum mit einem Anstieg der Gästepzahlen um 17 % und guten Margen.

Region West

| Mio. € | 2019 | 2018 angepasst | Veränderung in % |
|---|---------|-------------------|---------------------|
| Umsatz | 3.231,9 | 3.328,5 | –2,9 |
| Bereinigtes EBITA | –27,0 | 124,2 | n.a. |
| Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen | –27,1 | 124,2 | n.a. |
| Direktvertrieb ¹ in %, Veränderung in %-Pkt. | 75 | 73 | +2 |
| Online-Vertrieb ² in %, Veränderung in %-Pkt. | 57 | 55 | +2 |
| Gästepzahlen in Tsd. | 5.816 | 5.854 | –0,6 |

¹ Anteil der über eigene Vertriebskanäle (stationär und online) verkauften Reisen.

² Anteil der über Online-Plattformen verkauften Reisen.

Das Segment Region West umfasst unsere Tätigkeiten in Belgien, den Niederlanden und Frankreich.

- Entsprechend der Entwicklung in unseren übrigen Märkten wurden auch Belgien und die Niederlande durch die oben beschriebenen Faktoren beeinträchtigt. Die Gästepzahlen in Belgien stiegen um 3 %, vor allem dank des Anstiegs der Zahl der Nur-Flug-Gäste. Zugleich verzeichneten die Veranstalter rückläufige Gästepzahlen und Ergebnisbeiträge ohne Berücksichtigung der Auswirkungen des Flugverbots für Maschinen des Typs Boeing 737 Max. In den Niederlanden lagen die Gästepzahlen im Berichtsjahr bei durchgängig niedrigen Preisen und Margen um 0,2 % unter dem Vorjahresvergleichswert. Die Auswirkungen des Boeing 737 Max-Flugverbots beliefen sich für die beiden Märkte zusammengenommen auf 96 Mio. €. Die Anteile des Online- und Direktvertriebs stiegen weiter auf 57 % bzw. 75 %.
- Trotz unserer starken Bemühungen eines Turnaround in Frankreich entwickelte sich der Veranstaltermarkt rückläufig. Dadurch wurde der Erfolg unserer zu Beginn des Kalenderjahres durchgeführten Markenmigrationskampagne reduziert. Die Folgen der Hitzewelle im Vorjahressommer setzten sich im Geschäftsjahr 2019 fort. Erneut ging die Nachfrage in der Region infolge des sehr guten Wetters zurück. Die Gästepzahlen fielen im Berichtsjahr deutlich um 13 %. In der Kombination mit den durch die Insolvenz eines bedeutenden Mitbewerbers verursachten zusätzlichen Kosten führte dies zu einem schwächeren Ergebnis gegenüber dem Vorjahr.

Alle übrigen Segmente

Alle übrigen Segmente

| Mio. € | 2019 | 2018 angepasst | Veränderung in % |
|---|--------|-------------------|---------------------|
| Umsatz | 456,0 | 643,3 | -29,1 |
| Bereinigtes EBITA | -111,7 | -144,0 | +22,4 |
| Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen | -117,3 | -144,0 | +18,5 |

In diesem Segment sind neben den Geschäftstätigkeiten für neue Märkte insbesondere die Corporate Center-Funktionen des Konzerns

und der Zwischenholdings sowie zentrale touristische Funktionen wie die IT zusammengefasst. Um den wirtschaftlichen Nutzen der Fluggesellschaften in ihren jeweiligen Regionen besser widerzuspiegeln, wird seit diesem Geschäftsjahr das bereinigte EBITA aus der konzerninternen Weitervermietung von Flugzeugen von der zentralen Flugzeugleasing-Funktion (enthalten in Alle übrigen Segmente) den jeweiligen Fluggesellschaften (Region Nord, Region Zentral und Region West) zugeordnet. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

Das angepasste Segment verzeichnete einen Rückgang der Kosten um 27 Mio. €, der vor allem auf verschiedene, einmalige Einsparungen im Zentralbereich zurückzuführen war.

➔ Weitere Informationen zur Umsegmentierung finden Sie auf Seite 191.

Vermögenslage des Konzerns

Entwicklung der Vermögensstruktur des Konzerns

| Mio. € | 30.9.2019 | 30.9.2018 angepasst | Veränderung in % |
|--|-----------------|------------------------|---------------------|
| Anlagevermögen | 11.044,4 | 9.830,7 | +12,3 |
| Langfristige Forderungen | 913,0 | 820,1 | +11,3 |
| Langfristige Vermögenswerte | 11.957,4 | 10.650,8 | +12,3 |
| Vorräte | 114,7 | 118,5 | -3,2 |
| Kurzfristige Forderungen | 2.407,3 | 2.268,0 | 6,1 |
| Finanzmittel | 1.741,5 | 2.548,0 | -31,7 |
| Zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte | 50,0 | 5,5 | +809,1 |
| Kurzfristige Vermögenswerte | 4.313,5 | 4.940,0 | -12,7 |
| Aktiva | 16.270,9 | 15.590,8 | +4,4 |
| Eigenkapital | 4.165,3 | 4.275,6 | -2,6 |
| Fremdkapital | 12.105,6 | 11.315,2 | +7,0 |
| Passiva | 16.270,9 | 15.590,8 | +4,4 |

Die Bilanzsumme des Konzerns nahm im Vergleich zum Vorjahresstichtag um 4,4 % auf 16,3 Mrd. € zu.

Vertikale Strukturkennzahlen

Die langfristigen Vermögenswerte hatten einen Anteil von 73,5 % am Gesamtvermögen, im Vorjahr betrug er 68,3 %. Die Anlagenintensität (Anlagevermögen zu Gesamtvermögen) nahm von 63,1 % auf 67,9 % zu.

Der Anteil der kurzfristigen Vermögenswerte am Gesamtvermögen betrug 26,5 % – nach 31,7 % im Vorjahr. Die Finanzmittel des Konzerns nahmen gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreswert um 31,7 % auf 1.741,5 Mio. € ab. Sie hatten damit einen Anteil am Gesamtvermögen von 10,7 % – nach 16,3 % im Vorjahr.

Horizontale Strukturkennzahlen

Die langfristigen Vermögenswerte waren am Bilanzstichtag zu 34,8 % durch Eigenkapital gedeckt – nach 40,1 % im Vorjahr. Für das Anlagevermögen betrug die Deckung durch Eigenkapital 37,7 % (Vorjahr 43,5 %). Eigenkapital plus langfristige Finanzschulden deckten das Anlagevermögen zu 60,0 %, im Vorjahr waren es 66,4 %.

Entwicklung der langfristigen Vermögenswerte des Konzerns

Struktur der langfristigen Vermögenswerte des Konzerns

| Mio. € | 30.9.2019 | 30.9.2018 angepasst | Veränderung in % |
|---|-----------------|------------------------|---------------------|
| Geschäfts- oder Firmenwerte | 2.985,8 | 2.913,1 | +2,5 |
| Sonstige immaterielle Vermögenswerte | 710,6 | 643,2 | +10,5 |
| Sachanlagen | 5.840,4 | 4.876,3 | +19,8 |
| Nach der Equity-Methode bewertete Unternehmen | 1.507,6 | 1.398,1 | +7,8 |
| Anlagevermögen | 11.044,4 | 9.830,7 | +12,3 |
| Forderungen und Vermögenswerte | 711,0 | 592,1 | +20,1 |
| Latente Ertragsteueransprüche | 202,0 | 228,0 | -11,4 |
| Langfristige Forderungen | 913,0 | 820,1 | +11,3 |
| Langfristige Vermögenswerte | 11.957,4 | 10.650,8 | +12,3 |

GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERTE

Die Geschäfts- oder Firmenwerte erhöhten sich um 2,5 % auf 2.985,8 Mio. €. Der Anstieg des Buchwerts ist im Wesentlichen durch die Akquisition der Musement sowie den Erwerb von Anteilen an einer türkischen Gesellschaft im Segment Hotels & Resorts bedingt. Gegenläufig wirkte sich die Umrechnung von Geschäfts- oder Firmenwerten, die nicht in der Berichtswährung des TUI Konzerns geführt werden, aus. Die Durchführung der Werthaltigkeitstests führte im Berichtsjahr zu keinen Wertminderungen.

SACHANLAGEN

Der Anstieg der Sachanlagen auf 5.840,4 Mio. € im Berichtsjahr war insbesondere auf den Erwerb des Kreuzfahrtschiffs Marella Explorer 2, Investitionen in Hotelanlagen sowie die Auslieferung von Flugzeugen zurückzuführen. Im Sachanlagevermögen sind auch die gemieteten Vermögenswerte enthalten, bei denen Konzerngesellschaften über das wirtschaftliche Eigentum an den Vermögenswerten verfügen. Diese hatten am Bilanzstichtag einen Buchwert von 1.424,4 Mio. €, der sich um 10,4 % gegenüber dem Vorjahr erhöht hat.

Entwicklung der Sachanlagen

| Mio. € | 30.9.2019 | 30.9.2018 angepasst | Veränderung in % |
|--|----------------|------------------------|---------------------|
| Hotels mit Grundstücken | 1.676,4 | 1.240,1 | +35,2 |
| Sonstige Gebäude und Grundstücke | 225,0 | 194,0 | +16,0 |
| Flugzeuge | 1.592,6 | 1.415,2 | +12,5 |
| Kreuzfahrtschiffe | 1.258,3 | 995,2 | +26,4 |
| Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung | 433,7 | 407,7 | +6,4 |
| Anlagen im Bau, geleistete Anzahlungen | 654,4 | 624,1 | +4,9 |
| Gesamt | 5.840,4 | 4.876,3 | +19,8 |

NACH DER EQUITY-METHODE BEWERTETE UNTERNEHMEN

Nach der Equity-Methode wurden 21 assoziierte Unternehmen und 30 Gemeinschaftsunternehmen bewertet. Mit 1.507,6 Mio. € nahm ihr Wert am Bilanzstichtag gegenüber dem Vorjahr um 7,8 % zu.

Entwicklung der kurzfristigen Vermögenswerte des Konzerns**Struktur der kurzfristigen Vermögenswerte des Konzerns**

| Mio. € | 30.9.2019 | 30.9.2018 angepasst | Veränderung in % |
|---|----------------|------------------------|---------------------|
| Vorräte | 114,7 | 118,5 | -3,2 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige finanzielle Vermögenswerte ¹ | 1.211,4 | 1.282,4 | -5,5 |
| Nichtfinanzielle Vermögenswerte ² | 1.040,2 | 871,5 | +19,4 |
| Tatsächliche Ertragsteueransprüche | 155,7 | 114,1 | +36,5 |
| Finanzmittel | 1.741,5 | 2.548,0 | -31,7 |
| Zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte | 50,0 | 5,5 | +809,1 |
| Kurzfristige Vermögenswerte | 4.313,5 | 4.940,0 | -12,7 |

¹ Inklusive Forderungen aus derivativen Finanzinstrumenten.

² Inklusive touristischer Anzahlungen.

KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE

Die kurzfristigen Vermögenswerte verminderten sich um 12,7 % auf 4.313,5 Mio. €. Ursächlich war hier im Wesentlichen der Rückgang der Finanzmittel um 31,7 % gegenüber dem Vorjahr auf 1.741,5 Mio. €.

Nicht zu bilanzierendes Vermögen

Für ihren Geschäftsbetrieb setzten die Konzerngesellschaften Vermögenswerte ein, bei denen sie nicht der wirtschaftliche Eigentümer sind. Hierbei handelte es sich hauptsächlich um Flugzeuge, Hotelanlagen oder Schiffe, für die branchenübliche Miet-, Pacht- oder Charterverträge abgeschlossen wurden, so genannte Operating Leases.

Operative Miet-, Pacht- und Charterverträge

| Mio. € | 30.9.2019 | 30.9.2018 | Veränderung in % |
|---------------------------------|----------------|----------------|---------------------|
| Flugzeuge | 1.418,0 | 1.547,1 | -8,3 |
| Hotelanlagen | 659,5 | 675,2 | -2,3 |
| Reisebüros | 210,0 | 212,3 | -1,1 |
| Verwaltungsgebäude | 227,8 | 244,0 | -6,6 |
| Schiffe, Yachten und Motorboote | - | 1,0 | n.a. |
| Sonstiges | 145,9 | 131,3 | +11,1 |
| Gesamt | 2.661,2 | 2.810,9 | -5,3 |

Weitere Erläuterungen sowie die Struktur der Restlaufzeiten der finanziellen Verpflichtungen aus operativen Miet-, Pacht- und Charterverträgen enthält der Abschnitt Sonstige finanzielle Verpflichtungen im Anhang zum Konzernabschluss.

Informationen zu sonstigen immateriellen, nicht bilanzierten Werten im Sinne von Marken, Kunden- und Lieferantenbeziehungen sowie Organisations- und Prozessvorteilen finden sich in den Abschnitten Strategie der TUI Group und Grundlagen der TUI Group; Investoren- und Kapitalmarktbeziehungen werden im Kapitel TUI Aktie erläutert.

➔ *Strategie der TUI Group: Siehe Seite 28; Grundlagen der TUI Group: Siehe Seite 32; TUI Aktie ab Seite 107.*

Finanzlage des Konzerns

Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements

GRUNDSÄTZE

Das Finanzmanagement der TUI Group erfolgt grundsätzlich zentral durch die TUI AG, die dabei die Rolle als interne Bank des Konzerns wahrnimmt. Das Finanzmanagement schließt alle Konzernunternehmen ein, an denen die TUI AG direkt oder indirekt eine Beteiligung von mehr als 50 % hält. Das Finanzmanagement erfolgt nach Richtlinien, die sich auf sämtliche zahlungsstromorientierten Aspekte der Geschäftstätigkeit des Konzerns erstrecken. Im Zuge einer grenzüberschreitenden Organisation hat die TUI AG einen Teil der operativen Finanztätigkeiten an First Choice Holidays Finance Ltd., eine britische Konzerngesellschaft, ausgelagert. Die operativen Finanztätigkeiten erfolgen jedoch koordiniert zentralisiert.

ZIELE

Die Ziele des Finanzmanagements der TUI umfassen die ausreichende Liquiditätsversorgung der TUI AG und ihrer Tochtergesellschaften sowie die Begrenzung von finanzwirtschaftlichen Risiken aus den Schwankungen von Währungen, Rohstoffpreisen und Zinsen sowie Ausfallrisiken aus Treasury-Aktivitäten.

LIQUIDITÄTSSICHERUNG

Die Liquiditätssicherung des Konzerns besteht aus zwei Komponenten:

- Die TUI Group entwickelt im Rahmen der jährlichen Konzernplanung einen mehrjährigen Finanzplan, aus dem der langfristige Finanzierungs- und Refinanzierungsbedarf abgeleitet wird. Diese Informationsgrundlage und das Beobachten der Finanzmärkte zur Identifikation von Refinanzierungsoportunitäten sind die Entscheidungsbasis dafür, frühzeitig geeignete Finanzierungsinstrumente zur langfristigen Unternehmensfinanzierung einzugehen.
- Die TUI sichert die kurzfristige Liquiditätsreserve durch syndizierte Kreditfazilitäten und bilaterale Bankkreditlinien sowie den Bestand an flüssigen Mitteln. Ebenso werden im Zuge des konzerninternen Finanzausgleichs die Liquiditätsüberschüsse einzelner Konzerngesellschaften zur Finanzierung des Geldbedarfs anderer Gesellschaften eingesetzt. Grundlage für die Dispositionen mit den Banken ist ein monatliches, rollierendes Liquiditätsplanungssystem.

BEGRENZUNG FINANZWIRTSCHAFTLICHER RISIKEN

Die Konzerngesellschaften sind mit ihren geschäftlichen Aktivitäten weltweit vertreten. Damit ist die TUI Group finanzwirtschaftlichen Risiken durch Veränderungen von Wechselkursen, Rohstoffpreisen und Zinssätzen ausgesetzt.

Die wesentlichen operativen, finanzwirtschaftlichen Transaktionsrisiken bestehen in Euro, US-Dollar, Britischen Pfund und Schwedischen Kronen sowie in sich ändernden Treibstoffpreisen. Sie entstehen hauptsächlich durch Fremdwährungskostenpositionen der einzelnen Konzerngesellschaften wie z. B. im Hoteleinkauf, Rechnungen für Kerosin und Bunkeröl oder Schiffshandlingkosten.

Zur Begrenzung von Risiken aus Wechselkursänderungen für die Grundgeschäfte werden derivative Sicherungsgeschäfte in verschiedenen Fremdwährungen getätigt. Rohstoffpreisänderungen wirken sich in der TUI Group insbesondere auf die Kosten der Beschaffung von Treibstoffen wie Kerosin und Bunkeröl aus. Diese Preisrisiken aus Treibstoffeinkäufen werden überwiegend durch derivative Sicherungsgeschäfte abgesichert. Sofern es möglich ist, solche Preissteigerungen aufgrund vertraglicher Vereinbarungen an Kunden weiterzugeben, fließt dieses in das Sicherungsverhalten ebenfalls ein. Zur Steuerung von Zinsänderungsrisiken, die durch die Liquiditätsbeschaffung an den internationalen Geld- und Kapitalmärkten sowie die Anlage von flüssigen Mitteln entstehen, werden im Rahmen des Zinsmanagements fallweise derivative Zinssicherungsinstrumente eingesetzt.

Zur Begrenzung von Ausfallrisiken aus den Abwicklungszahlungen von Derivaten und in der Geldmarktanlage mit Banken sowie in der Anlage in Geldmarktfonds legen die TUI AG sowie die First Choice Holidays Finance Ltd. Bonitätskriterien bei der Auswahl ihrer Kontrahenten fest. Basierend auf den von den wesentlichen Ratingagenturen vergebenen Credit Ratings werden den Kontrahenten Handels- und Transaktionslimite zugewiesen. Die Credit Ratings sowie die damit korrespondierenden Limite werden regelmäßig überprüft. Im Fall von Marktwertänderungen bei Derivaten oder auch Ratingänderungen wird das Neugeschäft mit diesen Kontrahenten gegebenenfalls temporär eingestellt, bis die Limite wieder adäquat genutzt werden können.

Der Einsatz von derivativen Sicherungsgeschäften erfolgt geschäftsbezogen; eingesetzte Derivate dienen nicht der Spekulation.

Weitere Angaben zu Sicherungsstrategien und Risikomanagement sowie zu Finanzgeschäften und ihrem Umfang am Bilanzstichtag enthalten der Risikobericht und der Abschnitt Finanzinstrumente im Anhang zum Konzernabschluss.

→ Siehe Seite 40 ff. bzw. 242 ff.

Kapitalstruktur

Kapitalstruktur des Konzerns

| Mio. € | 30.9.2019 | 30.9.2018 angepasst | Veränderung in % |
|--|-----------------|------------------------|---------------------|
| Langfristige Vermögenswerte | 11.957,4 | 10.650,8 | +12,3 |
| Kurzfristige Vermögenswerte | 4.313,5 | 4.940,0 | -12,7 |
| Aktiva | 16.270,9 | 15.590,8 | +4,4 |
| Gezeichnetes Kapital | 1.505,8 | 1.502,9 | +0,2 |
| Kapitalrücklage | 4.207,5 | 4.200,5 | +0,2 |
| Gewinnrücklagen | -2.259,4 | -2.062,6 | -9,5 |
| Anteil nicht beherrschender Gesellschafter am Eigenkapital | 711,4 | 634,8 | +12,1 |
| Eigenkapital | 4.165,3 | 4.275,6 | -2,6 |
| Langfristige Rückstellungen | 1.810,6 | 1.730,3 | +4,6 |
| Kurzfristige Rückstellungen | 394,3 | 380,9 | +3,5 |
| Rückstellungen | 2.204,9 | 2.111,2 | +4,4 |
| Langfristige Finanzschulden | 2.457,6 | 2.250,7 | +9,2 |
| Kurzfristige Finanzschulden | 224,6 | 192,2 | +16,9 |
| Finanzschulden | 2.682,2 | 2.442,9 | +9,8 |
| Langfristige sonstige Verbindlichkeiten | 482,4 | 412,9 | +16,8 |
| Kurzfristige sonstige Verbindlichkeiten | 6.633,0 | 6.348,2 | +4,5 |
| Sonstige Verbindlichkeiten | 7.115,4 | 6.761,1 | +5,2 |
| Schulden i. Z. m. zur Veräußerung bestimmten Vermögenswerten | 103,1 | - | n.a. |
| Passiva | 16.270,9 | 15.590,8 | +4,4 |

Kapitalrelationen

| Mio. € | 30.9.2019 | 30.9.2018 angepasst | Veränderung in % |
|---|-----------|------------------------|---------------------|
| Langfristiges Kapital | 8.915,9 | 8.669,5 | +2,8 |
| Langfristiges Kapital, relativ zur Bilanzsumme % | 54,8 | 55,6 | -0,8* |
| Eigenkapitalquote % | 25,6 | 27,4 | -1,8* |
| Eigenkapital und langfristige Finanzschulden | 6.622,9 | 6.526,3 | +1,5 |
| Eigenkapital und langfristige Finanzschulden, relativ zur Bilanzsumme % | 40,7 | 41,9 | -1,2* |

* In Prozentpunkten.

Insgesamt nahm das langfristig zur Verfügung stehende Kapital um 2,8 % auf 8.915,9 Mio. € zu, relativ zur Bilanzsumme betrug es 54,8 % (Vorjahr 55,6 %).

Die Eigenkapitalquote betrug 25,6 % (Vorjahr 27,4 %). Eigenkapital und langfristige Finanzschulden machten am Bilanzstichtag 40,7 % (Vorjahr 41,9 %) der Bilanzsumme aus.

EIGENKAPITAL

Das gezeichnete Kapital und die Kapitalrücklage stiegen gegenüber den Vorjahreswerten leicht. Die Anstiege waren durch die Ausgabe von Belegschaftsaktien bedingt. Die Gewinnrücklagen verminderten sich im Berichtsjahr um 196,8 Mio. € auf -2.259,4 Mio. €. Andere Gesellschafter hielten einen Anteil von 711,4 Mio. € am Eigenkapital.

RÜCKSTELLUNGEN

Die Rückstellungen bestehen überwiegend aus Rückstellungen für Pensionsverpflichtungen, Steuerrückstellungen sowie Rückstellungen für betriebstypische Risiken, die je nach Eintrittserwartung als kurzfristig oder langfristig klassifiziert wurden. Sie ergaben am Bilanzstichtag insgesamt 2.204,9 Mio. € und lagen damit um 93,7 Mio. € bzw. 4,4 % über dem Wert des Vorjahres.

FINANZSCHULDEN**Zusammensetzung der Finanzschulden**

| Mio. € | 30.9.2019 | 30.9.2018 | Veränderung in % |
|---|----------------|----------------|---------------------|
| Anleihen | 297,8 | 296,8 | +0,3 |
| Verbindlichkeiten gegen- über Kreditinstituten | 870,0 | 780,5 | +11,5 |
| Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing- verträgen | 1.495,2 | 1.342,7 | +11,4 |
| Sonstige Finanzschulden | 19,2 | 22,9 | -16,2 |
| Finanzschulden | 2.682,2 | 2.442,9 | +9,8 |

STRUKTURELLE VERÄNDERUNGEN DER FINANZSCHULDEN

Die Finanzschulden des Konzerns nahmen um insgesamt 239,3 Mio. € auf 2.682,2 Mio. € zu. Wesentlicher Grund hierfür ist die Finanzierung eines Kreuzfahrtschiffs, die unter den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten ausgewiesen wird. Des Weiteren stiegen die Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen, im Wesentlichen aufgrund der Erneuerung und Modernisierung der Flugzeugflotte.

ÜBERSICHT ÜBER DIE BÖRSENNOTIERTEN ANLEIHEN DER TUI

Die nachfolgende Übersicht zeigt die Fälligkeit, das Nominalvolumen sowie die jährliche Verzinsung der börsennotierten Anleihe aus 2016 über nominal 300,0 Mio. € mit fünfjähriger Laufzeit auf.

Börsennotierte Anleihen

| Kapitalmaßnahmen | Begebung | Fälligkeit | Volumen, initial Mio. € | Volumen, ausstehend Mio. € | Verzinsung % p. a. |
|------------------|--------------|--------------|-------------------------------|----------------------------------|-----------------------|
| Anleihe 2016 | Oktober 2016 | Oktober 2021 | 300,0 | 300,0 | 2,125 |

BANKKREDITE UND FINANZIERUNGSLEASING-VERPFLICHTUNGEN

Im Rahmen der allgemeinen Unternehmensfinanzierung hat die TUI AG im abgelaufenen Geschäftsjahr keine neuen Finanzierungsinstrumente platziert.

In den Segmenten Hotels & Resorts und Kreuzfahrten wurden separate Bankkredite aufgenommen, um vornehmlich Investitionstätigkeiten dieser Gesellschaften zu finanzieren. Die Verpflichtungen aus Finanzierungsleasingverträgen beziehen sich im Wesentlichen auf Finanzierungen von Flugzeugen und eines Kreuzfahrtschiffs. Weitere Informationen, insbesondere zu den Restlaufzeiten, enthält der Abschnitt Finanzschulden im Anhang zum Konzernabschluss.

→ Siehe den Abschnitt Finanzschulden im Konzernanhang auf Seite 231.

SONSTIGE VERBINDLICHKEITEN

Die sonstigen Verbindlichkeiten lagen mit 7.115,4 Mio. € um 354,3 Mio. € bzw. 5,2 % über dem Vorjahr.

Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente und wesentliche Kreditfazilitäten**OPERATING LEASES**

Die Entwicklung der operativen Miet-, Pacht- und Charterverträge ist im Abschnitt Vermögenslage des Lageberichts dargestellt.

→ Siehe Seite 74.

Weitere Erläuterungen sowie die Struktur der Restlaufzeiten der finanziellen Verpflichtungen hieraus enthält der Abschnitt Sonstige finanzielle Verpflichtungen im Anhang zum Konzernabschluss.

SYNDIZIERTE KREDITFAZILITÄTEN DER TUI AG

Die TUI AG verfügt über eine syndizierte Kreditfazilität in Höhe von 1,75 Mrd. € (inklusive Avale), die der allgemeinen Unternehmensfinanzierung (insbesondere in den Wintermonaten) dient. Die Verzinsung ist variabel und abhängig vom kurzfristigen Zinsniveau (EURIBOR oder LIBOR) sowie vom Credit Rating der TUI zu züglich einer Marge. Zum Bilanzstichtag war diese Kreditfazilität mit 105,3 Mio. € mittels der Inanspruchnahme von Bankavalen ausgenutzt.

BILATERALE AVALLINIEN DER TUI AG MIT VERSICHERUNGSGESELLSCHAFTEN UND BANKEN

Die TUI AG hat bilaterale Avallinien mit verschiedenen Versicherungsgesellschaften in einem Gesamtvolumen von 139,4 Mio. £ und 130,0 Mio. € abgeschlossen. Sie dienen der Absicherung von Pensionsverpflichtungen in Großbritannien und der Erfüllung von Anforderungen europäischer Kontroll- und Regulierungsbehörden zur Stellung von Garantien und Bürgschaften im Rahmen der Erbringung touristischer Dienstleistungen. Die ausgestellten Avale haben in der Regel eine Laufzeit von bis zu 18 Monaten. Für die herausgelegten Avale wird eine Provision in Höhe eines fest vereinbarten Prozentsatzes, bezogen auf den maximalen Garantiebetrug, erhoben. Zum Bilanzstichtag waren diese Avallinien mit 29,2 Mio. £ und 40,0 Mio. € in Anspruch genommen.

Darüber hinaus hat die TUI AG mit Banken bilaterale Avallinien in einem Gesamtvolumen von 42,5 Mio. € zur Stellung von Bankavalen im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit abgeschlossen. Die Avale haben mitunter eine mehrjährige Laufzeit. Für die herausgelegten Avale wird eine Provision in Höhe eines fest vereinbarten Prozentsatzes, bezogen auf den maximalen Garantiebetrug, erhoben. Zum Bilanzstichtag waren diese Avallinien mit 17,1 Mio. € in Anspruch genommen.

Verpflichtungen aus Finanzierungsvereinbarungen

Das Schuldscheindarlehen über 425,0 Mio. € aus 2018, die Anleihe über 300,0 Mio. € aus 2016 sowie die Kreditfazilitäten und Avallinien der TUI AG enthalten eine Reihe von Verpflichtungen. Die TUI AG unterliegt aus ihrer syndizierten Kreditfazilität über 1,75 Mrd. € (inklusive Avale) und wegen einiger bilateraler Avallinien der Verpflichtung zur Einhaltung bestimmter Finanzkennzahlen, so genannter Financial Covenants (jeweils wie in den Verträgen definiert), die (a) die Einhaltung einer EBITDAR-zu-Nettozinsaufwand-

Relation, die die relative Belastung der TUI Group aus dem Zinsergebnis sowie aus den Miet- und Pacht aufwendungen bemisst, und (b) die Einhaltung einer Nettoschulden-zu-EBITDA-Relation, die die relative Belastung des TUI Konzerns mit Finanzverbindlichkeiten ermittelt, erfordern. Die EBITDAR-zu-Nettozinsaufwand-Relation muss mindestens einen 1,5-fachen Deckungsgrad aufweisen; die Nettoschulden dürfen das 3,0-Fache des EBITDA nicht überschreiten. Die Finanzkennzahlen werden halbjährlich ermittelt. Daneben wird u. a. die Möglichkeit der TUI beschränkt, Vermögensgegenstände zu belasten oder zu veräußern, andere Unternehmen oder Beteiligungen zu erwerben oder Verschmelzungen durchzuführen.

Das Schuldscheindarlehen über 425,0 Mio. €, die Anleihe über 300,0 Mio. € sowie die Kreditfazilitäten und Avallinien der TUI AG enthalten darüber hinaus Vertragsklauseln, die für Finanzierungsinstrumente dieser Art typisch sind. Die Nichteinhaltung dieser Verpflichtungen führt dazu, dass die entsprechenden Finanzierungen oder Fazilitäten durch die Kreditgeber gekündigt und die jeweiligen Valutierungen sofort fällig gestellt werden können.

Ratings durch Standard & Poor's und Moody's

Ratings der TUI AG

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | Ausblick |
|-------------------|------|------|------|------|------|------|----------|
| Standard & Poor's | B+ | BB- | BB- | BB | BB | BB | negativ |
| Moody's | B2 | Ba3 | Ba2 | Ba2 | Ba2 | Ba2 | negativ |

Aufgrund einer verschärften Wettbewerbssituation und der damit verbundenen Rücknahme der Ergebnissteigerungserwartung hat Moody's das Corporate Rating von „Ba2“ anstelle eines bisherigen „positiven Ausblicks“ im Februar 2019 mit einem „stabilen Ausblick“ versehen. Die nachfolgende Gewinnwarnung im Zusammenhang mit dem Flugverbot für Boeing 737 Max-Maschinen wurde im April 2019 sowohl von Moody's als auch von Standard & Poor's zum Anlass genommen, den jeweiligen Ratingausblick von „stabil“ auf „negativ“ zu setzen. Das Corporate Rating von „Ba2“ beziehungsweise „BB“ wurde allerdings bestätigt.

Die 300,0 Mio.-€-Anleihe der TUI AG wird von Standard & Poor's mit „BB“ und von Moody's mit „Ba2“ bewertet. Die syndizierte Kreditfazilität der TUI AG über 1,75 Mrd. € wird von Standard & Poor's mit „BB“ bewertet.

Zielsetzungen zur finanziellen Stabilität

Die TUI sieht als Voraussetzung für die weitere Unternehmensentwicklung ein konstantes Credit Rating. Die strukturellen Verbesserungen im Zuge des Zusammenschlusses der TUI AG mit der

TUI Travel, die beobachtete operative Entwicklung in den vergangenen Jahren sowie eine Stärkung des Geschäftsmodells auch im schwierigen Marktumfeld haben sowohl bei Standard & Poor's als auch bei Moody's zu einer Anhebung des Rating aus dem Single-B-Territorium in das Double-BB- bzw. Ba-Territorium geführt, auch wenn das aktuelle Marktumfeld bei beiden Ratingagenturen einen negativen Ausblick auf das derzeitige Rating bewirkt hat. Ein konstantes Rating sehen wir als Voraussetzung, um neben Vorteilen bei den Finanzierungsbedingungen auch in angespannten gesamtwirtschaftlichen Situationen einen weiterhin bestehenden Zugang zu den Fremdkapitalmärkten zu gewährleisten. Als finanzielle Stabilitätsgrößen haben wir einen Schuldendeckungsgrad (Leverage Ratio) in folgender grundsätzlicher Form definiert:

Leverage Ratio = (brutto Finanzschulden + diskontierter Wert der finanziellen Verpflichtungen aus operativen Miet-, Pacht- und Charterverträgen + Verpflichtung aus leistungsorientierten Pensionsplänen) / (berichtetes EBITDA + langfristige Miet-, Pacht- und Leasingaufwendungen). Diese grundsätzliche Definition unterliegt spezifischen Anpassungen, um aktuellen Gegebenheiten Rechnung zu tragen. Insbesondere aufgrund der nicht planbaren Beeinträchtigung durch das Flugverbot der Boeing 737 Max betrug im

abgelaufenen Geschäftsjahr die Leverage Ratio 3,0. Für das Geschäftsjahr 2020 streben wir eine Leverage Ratio zwischen 3,00 und 2,25 an.*

*Dieser Zielkorridor basiert auf unserer Planung, die die Effekte aus der Anwendung von IFRS 16 nicht berücksichtigt. Ebenfalls werden etwaige außerhalb unseres Einflussbereiches liegende Effekte, wie beispielsweise eine deutliche Verlängerung des Boeing 737 Max 8-Flugverbots hier nicht berücksichtigt.

→ Siehe den Abschnitt Kapitalmanagement im Konzernanhang auf Seite 264.

Zinsen und Finanzierungsumfeld

Die kurzfristigen Zinsen lagen im Berichtsjahr weiterhin im historischen Vergleich auf einem äußerst niedrigen Niveau. In einigen Währungsräumen lag das Zinsniveau anhaltend im negativen Bereich. Entsprechend waren die Auswirkungen auf Erträge aus Geldmarktanlagen, aber auch auf die Referenzzinssätze bei variabel verzinslichen Verschuldungen.

Während sich die quotierten Kreditmargen (CDS-Niveaus) für Unternehmen im so genannten Sub-Investment Grade-Bereich im Vergleich zum Vorjahr wenig verändert haben, sind die Quotierungen für die TUI AG gestiegen und notierten im langjährigen Vergleich auf einem durchschnittlichen Niveau. Refinanzierungsmöglichkeiten waren vor dem Hintergrund des aufnahmefähigen Kapitalmarktumfelds vorhanden.

Liquiditätsanalyse

LIQUIDITÄTSRESERVE

Die Zahlungsfähigkeit des TUI Konzerns war im abgelaufenen Geschäftsjahr durch Zahlungsmittelzuflüsse aus dem laufenden Geschäft, Bestände an flüssigen Mitteln sowie bilaterale und syndizierte Kreditvereinbarungen mit Banken jederzeit gegeben.

Zum Bilanzstichtag betrug der Finanzmittelbestand der TUI AG als Obergesellschaft des TUI Konzerns 155,1 Mio. €.

BESCHRÄNKUNGEN DES TRANSFERS VON FLÜSSIGEN MITTELN

Beschränkungen des Transfers von flüssigen Mitteln innerhalb des Konzerns, die eine erhebliche Bedeutung für seine Liquidität haben könnten, wie z.B. Kapitalverkehrsbeschränkungen oder Beschränkungen aufgrund abgeschlossener Kreditvereinbarungen, bestanden am Bilanzstichtag mit rund 0,2 Mrd. €.

KONTROLLWECHSEL

Wesentliche Vereinbarungen, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots stehen, befinden sich im Kapitel Übernahmerechtliche Angaben.

→ Siehe Kapitel Übernahmerechtliche Angaben.

Kapitalflussrechnung

Zusammengefasste Kapitalflussrechnung

| Mio. € | 2019 | 2018 angepasst |
|--|---------------|-------------------|
| Nettozufluss aus Geschäftstätigkeit | +1.114,9 | +1.150,9 |
| Nettoabfluss aus Investitionstätigkeit | -1.141,4 | -845,7 |
| Nettoabfluss aus Finanzierungstätigkeit | -763,8 | -236,9 |
| Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands | -790,3 | +68,3 |

In der Kapitalflussrechnung wird die Entwicklung der Zahlungsströme getrennt nach Mittelzuflüssen und Mittelabflüssen aus der laufenden Geschäftstätigkeit, der Investitionstätigkeit und der Finanzierungstätigkeit ausgewiesen. Auswirkungen infolge der Veränderungen des Konsolidierungskreises sind dabei eliminiert. Die Kapitalflussrechnung des Vorjahres zeigt die Kapitalflussrechnung des fortzuführenden und des aufgegebenen Bereichs.

Der Finanzmittelbestand sank im Berichtszeitraum um 800,4 Mio. € auf 1.747,6 Mio. €.

NETTOZUFLUSS AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

Aus laufender Geschäftstätigkeit flossen im Berichtsjahr 1.114,9 Mio. € (Vorjahr 1.150,9 Mio. €) zu. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahreszeitraum war unter anderem auf den gesunkenen Konzerngewinn bei gestiegenen Abschreibungen zurückzuführen.

NETTOABFLUSS AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT

Aus der Investitionstätigkeit sind im abgelaufenen Geschäftsjahr insgesamt 1.141,4 Mio. € abgeflossen (Vorjahr 845,7 Mio. €). Die Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 987,0 Mio. € entfallen im Wesentlichen auf Hotels, Schiffe und Flugzeuge und bewegen sich auf dem Niveau des Vorjahres. Die Auszahlungen in Höhe von 242,3 Mio. € für den Erwerb von konsolidierten Gesellschaften betreffen überwiegend die Segmente Zielgebietserlebnisse und Hotels & Resorts. Den Auszahlungen standen Einzahlungen aus dem Verkauf von Sach- und Finanzanlagevermögen in Höhe von 182,0 Mio. € gegenüber. Die Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und in das immaterielle Anlagevermögen bzw. die Einzahlungen aus entsprechenden Veräußerungen decken sich nicht mit den bei der Entwicklung des Anlagevermögens gezeigten Zugängen bzw. Abgängen. Diese enthalten auch die nicht zahlungswirksamen Investitionen und Abgänge.

NETTOABFLUSS AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT

Aus der Finanzierungstätigkeit hat sich der Finanzmittelbestand insgesamt auf 763,8 Mio. € vermindert (Vorjahr 236,9 Mio. €). Der Rückgang im Vergleich zum Vorjahr ist mit 422,9 Mio. € auf die Einzahlungen aus der Aufnahme eines Schuldscheindarlehens zurückzuführen, die im Vorjahr zugeflossen sind. Darüber hinaus hat sich der Mittelabfluss durch erhöhte Dividendenzahlungen (475,5 Mio. €; Vorjahr 435,3 Mio. €) und Tilgungen von Anleihen und Finanzschulden (232,4 Mio. €; Vorjahr 162,7 Mio. €) gegenüber dem Vorjahr erhöht.

Entwicklung des Finanzmittelbestands

| Mio. € | 2019 | 2018 |
|--------------------------------------|-----------------|-----------------|
| Bestand am Anfang der Periode | +2.548,0 | +2.516,1 |
| Wechselkursbedingte Veränderungen | -10,1 | -36,4 |
| Zahlungswirksame Veränderungen | -790,3 | +68,3 |
| Bestand am Ende der Periode | +1.747,6 | +2.548,0 |

Der Finanzmittelbestand umfasst alle flüssigen Mittel, d. h. Kassenbestände, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks.

Die detaillierte Kapitalflussrechnung und weitere Erläuterungen hierzu enthalten der Konzernabschluss sowie der Abschnitt Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung im Anhang zum Konzernabschluss.

→ Siehe Seite 160 bzw. 266.

Investitionsanalyse

Die Entwicklung des Anlagevermögens, einschließlich der Entwicklung der Sachanlagen und des immateriellen Vermögens sowie der Beteiligungen und der sonstigen Finanzanlagen, ist im Abschnitt Vermögenslage des Lageberichts dargestellt. Weitere Erläuterungen hierzu enthält der Konzernanhang.

ZUGÄNGE ZU IMMATERIELLEN VERMÖGENSWERTEN UND ZUM SACHANLAGEVERMÖGEN

In der nachfolgenden Tabelle sind die zahlungswirksamen Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen dargestellt.

Nettosach- und Finanzinvestitionen

| Mio. € | 2019 | 2018 | Veränderung in % |
|---|----------------|--------------|------------------|
| Bruttosachinvestitionen (Capex) | | | |
| Hotels & Resorts | 343,1 | 240,6 | +42,6 |
| Kreuzfahrten | 253,1 | 244,6 | +3,5 |
| Zielgebietserlebnisse | 21,2 | 9,5 | +123,2 |
| Urlauberlebnisse | 617,4 | 494,8 | +24,8 |
| Region Nord | 56,8 | 78,9 | -28,0 |
| Region Zentral | 33,7 | 26,8 | +25,7 |
| Region West | 34,0 | 46,4 | -26,7 |
| Märkte & Airlines | 124,5 | 152,2 | -18,3 |
| Alle übrigen Segmente | 128,3 | 146,2 | -12,2 |
| TUI Group | 870,2 | 793,2 | +9,7 |
| Nettovorauszahlungen auf Flugzeugbestellungen | -0,8 | 17,7 | n.a. |
| Finanzinvestitionen | 278,6 | 164,1 | +69,8 |
| Desinvestitionen | -29,5 | -148,0 | +80,1 |
| Nettosach- und Finanzinvestitionen | 1.118,5 | 827,0 | +35,2 |

Die Investitionen in sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen betragen im Berichtsjahr 870,2 Mio. € und lagen damit um 9,7 % über dem Wert des Vorjahres.

Die Investitionen betrafen im Berichtsjahr insbesondere den Erwerb und die Renovierung der Marella Explorer 2, den Erwerb und die Errichtung von Hotels, insbesondere in der Türkei und auf den Kapverden, sowie die Entwicklung und Einführung von gruppenweiten IT-Plattformen. Ferner wurden in allen Bereichen Investitionen in die Renovierung und Instandhaltung getätigt.

Nachfolgend werden die Investitionen auf die Zugänge zu sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen für die TUI Group übergeleitet.

Überleitung Investitionen

| Mio. € | 2019 | 2018 |
|---|----------------|----------------|
| Bruttosachinvestitionen (Capex) | 870,2 | 793,2 |
| Finanzierungsleasing | 210,8 | 194,0 |
| Geleistete Anzahlungen | 116,9 | 163,1 |
| Schiffsfremdfinanzierung | 115,5 | – |
| Zugänge aus dem Erwerb von Gesellschaften | 25,4 | – |
| Sonstige nicht zahlungswirksame Veränderungen | 36,6 | –4,2 |
| Zugänge zu sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen | 1.375,5 | 1.146,1 |

Investitionsverpflichtungen

BESTELLOBLIGOS

Am Bilanzstichtag bestanden aufgrund von Vereinbarungen, die im Geschäftsjahr 2019 oder in Vorjahren abgeschlossen wurden, Bestellobligos für Investitionen in Höhe von insgesamt 3.206,3 Mio. €, davon betrafen 1.427,8 Mio. € geplante Auslieferungen im Geschäftsjahr 2019.

Zum Bilanzstichtag bestand das Orderbuch für Flugzeuge aus 63 Flugzeugen (2 x B787-9, 40 x B737-8 und 21 x B737-10), die bis zum Ende des Geschäftsjahres 2023 ausgeliefert werden.

→ Weitere Erläuterungen enthält der Abschnitt *Sonstige finanzielle Verpflichtungen im Konzernanhang auf Seite 235.*

Nettofinanzposition

Die Nettofinanzposition setzt sich aus den kurz- und langfristigen Finanzschulden abzüglich der liquiden Mittel sowie der kurzfristigen verzinslichen Geldanlagen zusammen. Wie erwartet, spiegelt die Nettoverschuldung zum 30. September 2019 in Höhe von 909,6 Mio. € die vollständige Reinvestition der vereinnahmten Veräußerungserlöse sowie einen erhöhten Finanzierungsbedarf für unsere Flugzeugflotte und unsere Kreuzfahrtschiffe wider.

Nettofinanzposition

| Mio. € | 30.9.2019 | 30.9.2018 | Veränderung in % |
|---------------------------------------|---------------|--------------|------------------|
| Finanzschulden | –2.682,2 | –2.442,9 | –9,8 |
| Finanzmittel | 1.741,5 | 2.548,0 | –31,7 |
| Kurzfristige verzinsliche Geldanlagen | 31,1 | 18,5 | +68,1 |
| Nettofinanzposition | –909,6 | 123,6 | n.a. |

NICHTFINANZIELLE KONZERNERKLÄRUNG

gemäß CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz

Nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln ist für die TUI Group ein wesentliches Grundprinzip der Unternehmensführung und ein Eckpfeiler unserer Strategie zur kontinuierlichen Steigerung des Unternehmenswerts. So sichern wir die Voraussetzungen für einen langfristigen Erfolg und übernehmen Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismussektors.

Im Folgenden berichten wir gemäß der Gesetzgebung zur CSR-Berichterstattung über Nachhaltigkeitsthemen, die für ein besseres Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Kontexts und der künftigen Entwicklung unseres Unternehmens förderlich sind. Gemäß §315b Abs. 1 Satz 3 HGB n. F. wird dabei zu einzelnen Aspekten auch auf an anderer Stelle im Konzernlagebericht enthaltene nichtfinanzielle Angaben verwiesen.

Im Rahmen unserer Materialitätsanalyse ermitteln wir nachhaltigkeitsrelevante Chancen und Risiken. Wir haben keine nichtfinanziellen Risiken gemäß der Definition des CSR-RUG identifiziert.

Über unser Risikomanagement-System sowie die Hauptrisiken, die mit unserer Geschäftstätigkeit, den Geschäftsbeziehungen und

unseren Dienstleistungen verknüpft sind, berichten wir ausführlich in unserem Risikobericht ab Seite 40.

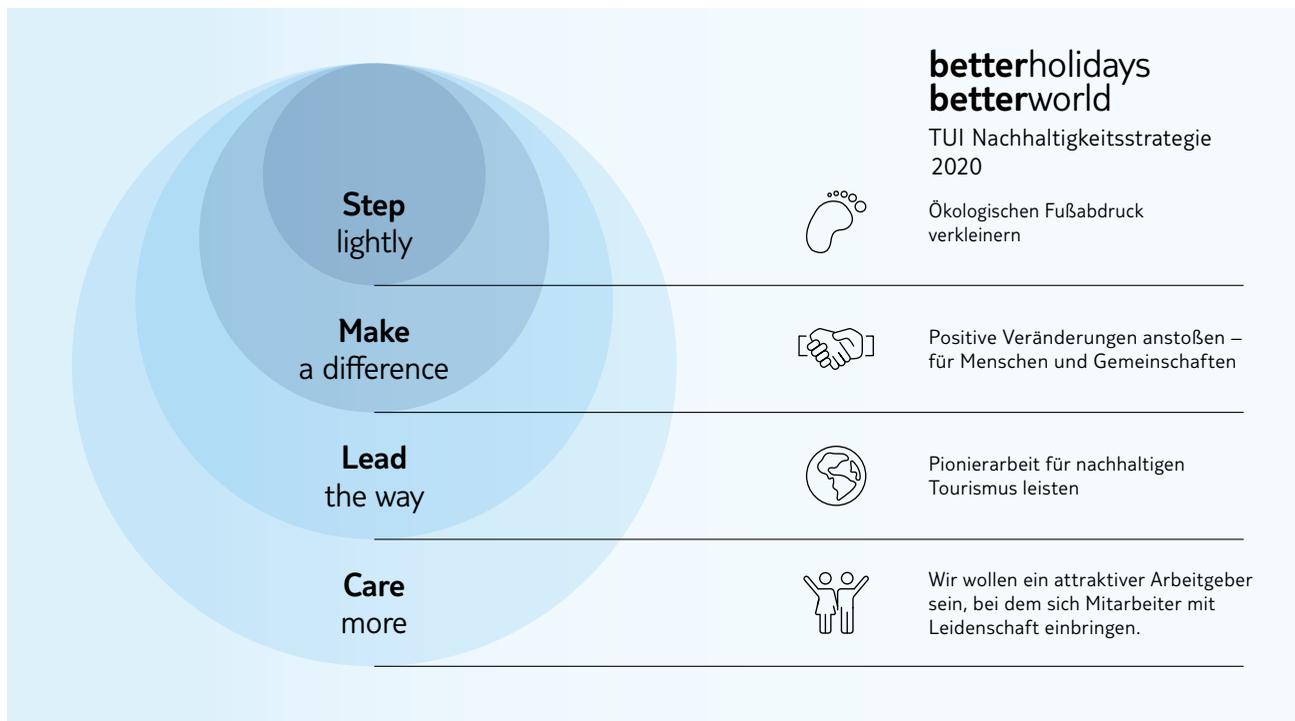
Die nichtfinanzielle Konzernerklärung ist durch die Konzernrevision im Auftrag des Aufsichtsrats geprüft worden. Unsere Berichterstattung berücksichtigt die Grundsätze des UN Global Compact. Daneben orientieren wir unser Nachhaltigkeitsengagement auch an den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs). Diese ermöglichen uns eine Gesamtbetrachtung der Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit im Nachhaltigkeitskontext. Unsere Arbeit trägt insbesondere zu sieben SDGs bei, die zugleich miteinander verknüpft sind. Eine detaillierte Darstellung findet sich regelmäßig im TUI Group Nachhaltigkeitsbericht.

Geschäftsmodell

➔ *Das Geschäftsmodell der TUI Group ist in diesem Geschäftsbericht ab Seite 28 f und 32 f im Sinne des §315c Abs. 1 i. V.m. §289c Abs. 1 HGB beschrieben.*

Nachhaltigkeitsstrategie und Implementierung

TUI Nachhaltigkeitsstrategie 2020



Die „Better Holidays, Better World“-Nachhaltigkeitsstrategie der TUI Group umfasst den Fünfjahreszeitraum 2015–2020. Sie beinhaltet die folgenden großen Handlungsfelder:

- **Step lightly** – ökologischen Fußabdruck verkleinern. Wir verpflichten uns, bis 2020 die emissionseffizientesten Airlines Europas zu betreiben und die CO₂-Intensität unserer Geschäftstätigkeit um 10 % zu senken.
- **Make a difference** – positive Veränderungen anstoßen. Wir verpflichten uns, bis 2020 jährlich 10 Mio. nachhaltigere* Urlaubsreisen anzubieten, damit mehr Menschen vor Ort von den Vorteilen des Tourismus profitieren.
- **Lead the way** – Pionierarbeit für nachhaltigen Tourismus leisten. Wir verpflichten uns, bis 2020 das jährliche Fördervolumen auf 10 Mio. € zu steigern, um gemeinnützige Projekte zu unterstützen und die positiven Beiträge des Tourismus auszuweiten. Diese Aufgabe werden wir mit Hilfe der TUI Care Foundation leisten.
- **Care more**. Wir verpflichten uns, bis 2020 das Mitarbeiter-Engagement auf mehr als 80 Punkte zu steigern.

Die TUI Group arbeitet weiterhin engagiert an der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie. Die in 2015 beschlossenen Handlungs-

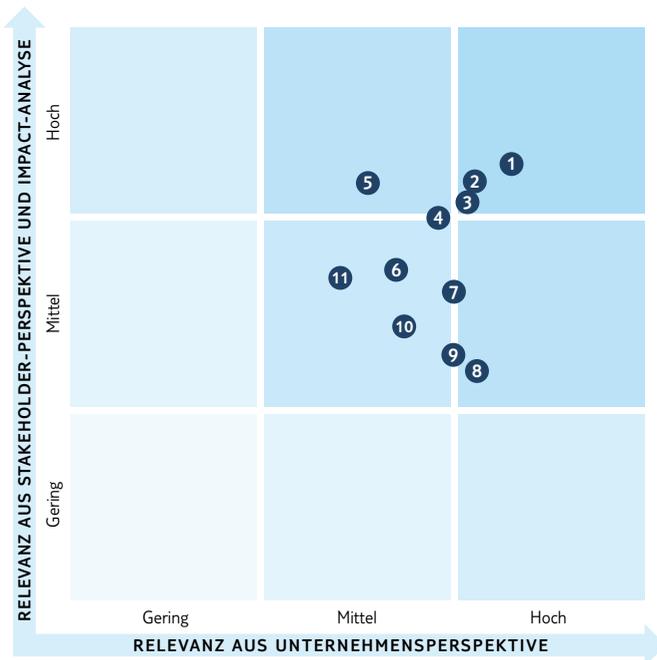
felder und Zielsetzungen adressieren die insbesondere in den letzten Monaten diskutierten ökologischen und sozialen Herausforderungen im Bereich Tourismus und Nachhaltigkeit. Wir arbeiten bereits jetzt an der Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie der TUI Group bis zum Geschäftsjahr 2030 unter Einbindung einer Vielzahl von Stakeholdern.

* Gemessen an der Zahl unserer Gäste, die über uns einen Aufenthalt in einem Hotel mit einer vom Global Sustainable Tourism Council (GSTC) anerkannten Nachhaltigkeitszertifizierung buchen.

MATERIALITÄT

Die TUI Group hat eine Wesentlichkeitsbeurteilung mit einer Vielzahl von Stakeholder-Gruppen durchgeführt. Anhand qualitativer und quantitativer Methoden wurden die wesentlichsten Aspekte durch eine globale Stakeholder-Umfrage und eine Folgenabschätzung identifiziert und priorisiert. Die nachstehende Grafik stellt die wichtigsten Nachhaltigkeitsbereiche dar, auf die TUI das eigene Engagement und die eigenen Bemühungen fokussieren sollte. Die Ergebnisse der Beurteilung werden bei der Entwicklung der kommenden TUI Nachhaltigkeitsstrategie berücksichtigt.

Matrix wesentlicher Themen



- 1 Ressourceneffizienz, nachhaltige Beschaffung
- 2 Kinderschutz
- 3 Lokale Wertschöpfung & Gemeinschaften
- 4 Emissionen & Verschmutzung
- 5 Zwangsarbeit
- 6 Nachhaltige Produktentwicklung & Kundeneinbindung
- 7 Faire Geschäftsbeziehungen
- 8 Sicherheit, Gesundheit & Barrierefreiheit (Kunden)
- 9 Krisenmanagement
- 10 Attraktives Arbeitsumfeld & Engagement für Mitarbeiter
- 11 Tierschutz & Biodiversität

NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT

In der TUI Group arbeitet ein Team erfahrener Nachhaltigkeitsexperten eng mit Führungskräften auf Konzern- und Geschäftsbereichsebene zusammen, um sicherzustellen, dass die Geschäfts- und die Nachhaltigkeitsstrategie aufeinander abgestimmt sind. Das Nachhaltigkeitsteam engagiert sich für die nachhaltige Umsetzung der Geschäftstätigkeit im Konzern und entlang der Lieferkette. Die TUI Care Foundation wird bei Projektauswahl und Projektarbeit in den Destinationen beraten. Regelmäßig wird das TUI Group Executive Committee über unsere Ergebnisse bei der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie sowie weiterer wesentlicher Nachhaltigkeitsthemen informiert. Diese stehen auch regelmäßig auf der Tagesordnung der Sitzungen der Geschäftsführung der Segmente und Plattformen (z. B. Hotels und Aviation) sowie des Risikokomitees (ROC).

Die Konzernzentrale der TUI Group ist erfolgreich auf Einhaltung des ISO 14001:2015-Umweltstandards geprüft worden. Gleiches gilt für die Standorte der TUI Deutschland und TUI Business Services in Hannover.

TUI Führungskräfte berichten regelmäßig auf verschiedenen Foren und Konferenzen über die wesentlichen Themen der Branche und unsere Lösungsansätze. Nachhaltigkeitsthemen spielen darüber hinaus eine große Rolle bei der Kooperation mit Regierungen in den Destinationen und der Entwicklung unserer Wachstumsstrategie.

Nachhaltigkeitsmanagement-Verankerung



NACHHALTIGKEITSINDIZES

Die TUI AG ist im Nachhaltigkeitsindex FTSE4Good und im Ethibel Sustainability Index (ESI) vertreten. 2019 wurde TUI von RobecoSam in das Sustainability Yearbook mit der Auszeichnung „Bronze Class“ aufgenommen. TUI wurde im Rahmen des CDP Climate Change 2018 als eines der führenden Unternehmen bewertet und nahm in 2019 erneut an der Bewertung durch das CDP Climate Change teil.

Im Berichtsjahr haben TUI Gesellschaften eine Vielzahl von Auszeichnungen erhalten. TUI Cruises wurde mit dem „CruiseCopenhagen Sustainability Award 2019“ ausgezeichnet. TUI UK und TUI Ireland wurden bei den TTTG Travel Awards 2019 in der Kategorie „Nachhaltiges Reisen“ für die Finalrunde nominiert. In 2019 erhielt der Robinson Club Jandia Playa als erstes internationales Hotel außerhalb Deutschlands die Platin-Zertifizierung der DGNB (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen). TUI wurde im Sustainable Brand Index 2019 als nachhaltigstes Reiseunternehmen Dänemarks ausgezeichnet.

Umweltbelange

Die Umweltverträglichkeit der Produkte, Dienstleistungen und Prozesse ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Qualitätsstandards. Thematische Schwerpunkte setzen wir in den Bereichen Klimaschutz und Ressourceneffizienz. Ein schonender Umgang mit den natürlichen Ressourcen sowie die Verringerung negativer Umweltauswirkungen sind nicht nur für den Erfolg unseres Unternehmens

von Bedeutung, sondern auch für die zukünftige positive Entwicklung der Reise- und Touristikbranche.

Auf lokaler Ebene stehen wir vor weiteren Herausforderungen beim Umweltschutz. So haben Plastikabfälle negative Folgen für die Destinationen und Ökosysteme, vor allem im Meer. Auch wird Trinkwasser in einigen Destinationen in den nächsten Jahren voraussichtlich zu einem kostbaren Gut.

Eine dringende globale Herausforderung ist das Engagement gegen den Klimawandel. Das Ziel des Pariser Abkommens zur Begrenzung der globalen Erwärmung auf weniger als 2 °C über dem vorindustriellen Niveau ist ehrgeizig und erfordert, dass jede Branche rechtzeitig den Übergang in eine energieeffiziente, weniger CO₂-intensive Zukunft vollzieht. Als Branchenführer hat TUI die Verantwortung, einen entsprechenden Beitrag zu leisten. CO₂-Emissionen sind eine der signifikantesten Umweltauswirkungen des Tourismus. Die Reise- und Tourismusbranche verursacht etwa 5 % (UNWTO & UNEP 2008) der globalen CO₂-Emissionen – davon entfällt die Hälfte auf den Luftverkehr.

Daher zielt unsere Strategie „Step lightly“ darauf ab, die Umweltauswirkungen unserer Geschäftstätigkeit zu reduzieren, und legt klare und ehrgeizige Ziele für Verbesserungen in den Bereichen Luftverkehr, Kreuzfahrten, Hotels, Büros, Reisebüros und Bodentransport fest. TUI hat konzernweit spezifische Initiativen zur Reduzierung der CO₂-Emissionen umgesetzt – von Treibstoffprogrammen für die Fluggesellschaften und Kreuzfahrtgesellschaften

bis hin zu Energieeinsparungen in den Reisebüros sowie der Reduzierung der Zahl gedruckter Kataloge.

- Unser Ziel: Wir werden bis 2020 die emissionseffizientesten Airlines Europas betreiben und die CO₂-Intensität unserer Geschäftstätigkeit um 10 % senken (Referenzjahr 2014).

Kohlendioxidemissionen (CO₂)

| t | 2019 | 2018 | Veränderung in % |
|--|------------------|------------------|---------------------|
| Airlines & Flug | 5.811.963 | 6.393.342 | -9,1 |
| Kreuzfahrten | 959.476 | 850.335 | +12,8 |
| Hotels | 599.310 | 554.666 | +8,0 |
| Verwaltungsgebäude und Reisebüros | 24.542 | 26.195 | -6,3 |
| Gästekategorie (Land) | 18.277 | 16.782 | +8,9 |
| Scope 3 (indirekte Emissionen der Wert- schöpfungskette) | 73.141 | 78.852 | -7,2 |
| Gesamt | 7.486.709 | 7.920.172 | -5,5 |

Im Geschäftsjahr 2019 sanken die absoluten Gesamtemissionen der TUI Group gegenüber dem Vorjahr. Dies resultierte maßgeblich aus dem Verkauf der Airline Corsair. Der Anstieg der Emissionen im Segment Kreuzfahrten um 12,8 % liegt vornehmlich in der Indienstellung der neuen Mein Schiff 2 von TUI Cruises, der Hanseatic nature von Hapag-Lloyd Cruises sowie der Marella Explorer 2 von Marella Cruises begründet. Außerdem erfolgte im Geschäftsjahr erstmals eine ganzjährige Betrachtung der Mein Schiff 1. Der Anstieg der absoluten CO₂-Emissionen im Segment Hotels ist auf den Ausbau des eigenen Hotelportfolios zurückzuführen.

Der weitere Rückgang der CO₂-Emissionen im Bereich Verwaltungsgebäude und Reisebüros ist auf Energiesparmaßnahmen insbesondere in Großbritannien zurückzuführen. Die Emissionen bei der Gästebeförderung stiegen durch die Einbeziehung einer zusätzlichen Flotte.

Energieverbrauch der Geschäftsbereiche

| MWh | 2019 | 2018 | Veränderung in % |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| Airlines & Flug | 23.694.131 | 26.070.988 | -9,1 |
| Kreuzfahrten | 3.712.568 | 3.227.813 | +15,0 |
| Hotels | 1.683.294 | 1.527.259 | +10,2 |
| Verwaltungsgebäude/ Reisebüros | 85.689 | 88.076 | -2,7 |
| Bodentransport | 73.277 | 67.283 | +8,9 |
| Gesamt | 29.248.959 | 30.981.419 | -5,6 |

Im Rahmen der Umweltberichterstattung der TUI Group weisen wir auch den Energieverbrauch nach Geschäftsbereichen aus. Der Bereich Airlines & Flug macht mehr als 81 % des gesamten Energieverbrauchs aus.

KLIMASCHUTZ UND RESSOURCENEFFIZIENZ

DER TUI AIRLINES

Schon heute betreiben wir eine der emissionseffizientesten Airlines Europas und bemühen uns kontinuierlich um weitere Verbesserungen. Im November 2018 wurden TUI Airways und TUI fly Deutschland im Airline-Ranking der Klimaschutzorganisation atmosfair mit den Plätzen 1 und 4 im Bereich der emissionseffizientesten Airlines unter den größten 200 Airlines der Welt ausgezeichnet. TUI Airlines haben zahlreiche Maßnahmen eingeleitet, um die CO₂-Effizienz weiter zu steigern. Wir haben folgende Maßnahmen ergriffen, um unsere Effizienzziele zu erreichen:

- Prozessoptimierungen, wie z.B. Single-Engine Taxiing (einmotoriges Rollen zur bzw. von der Startbahn), Absenkung der Beschleunigungshöhe innerhalb des Abflugverfahrens und Optimierung des Sinkprofils durch Aktualisierung der Windvorhersage
- Gewichtsreduktion, z. B. durch Einführung von Carbonbremsen und Optimierung der mitgeführten Wassermenge
- Optimierung der Flugplanung, z. B. Optimierung der Entfernung zum Ausweichflughafen und der mitgeführten Treibstoffmenge
- Umsetzung eines Treibstoffmanagementsystems zur Verbesserung der Treibstoffanalyse, Identifizierung weiterer Einsparpotenziale und deren Nachverfolgung

Unser im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie Better Holidays, Better World gesetztes Ziel einer Reduzierung der CO₂-Intensität um 10 % bis 2020 im Airline-Bereich werden wir nicht erreichen. Das Ziel beruht maßgeblich auf Effizienzsteigerungen und dem geplanten Flottenerneuerungsprogramm. Durch das Grounding der Boeing 737 Max und damit verspätete Auslieferungen sehen wir einen negativen Effekt auf die Zielerreichung. Bislang konnten im Vergleich zum Basisjahr 2014 Verbesserungen von 3,6 % im Bereich der CO₂-Intensität erreicht werden.

Bei der Einführung von Umweltmanagementsystemen nach der international anerkannten Norm ISO 14001 nehmen die TUI Airlines eine Vorreiterrolle ein. Im Berichtsjahr waren alle unsere fünf Veranstalter-Airlines nach ISO 14001:2015 zertifiziert.

TUI Airlines – Treibstoffverbrauch und resultierende Emissionen

| | | 2019 | 2018 | Veränderung in % |
|--|-------------|-----------|-----------|---------------------|
| Spezifischer Treibstoffverbrauch | l/100 pkm* | 2,59 | 2,56 | +0,9 |
| Kohlendioxidemissionen (CO ₂) – absolut | t | 5.241.880 | 5.100.849 | +2,8 |
| Kohlendioxidemissionen (CO ₂) – spezifisch | kg/100 pkm* | 6,52 | 6,46 | +0,9 |

* pkm = Passagierkilometer.

TUI Airlines – CO₂-Intensität

| | | 2019 | 2018 | Veränderung in % | g CO ₂ e/pkm* |
|---------------------------|------------------------------|-------------|-------------|---------------------|--------------------------|
| TUI Airline-Flotte | g CO₂/pkm* | 65,2 | 64,6 | +0,9 | 65,8 |
| TUI Airways | g CO ₂ /pkm* | 64,3 | 63,6 | +1,1 | 64,9 |
| TUI fly Belgien | g CO ₂ /pkm* | 70,4 | 70,0 | +0,6 | 71,1 |
| TUI fly Deutschland | g CO ₂ /pkm* | 64,8 | 64,7 | +0,2 | 65,5 |
| TUI fly Niederlande | g CO ₂ /pkm* | 64,2 | 64,1 | +0,2 | 64,9 |
| TUI fly Nordic | g CO ₂ /pkm* | 59,5 | 58,3 | +2,1 | 60,1 |

* pkm = Passagierkilometer.

PwC Niederlande hat die Daten in der Tabelle „TUI Airlines – CO₂-Intensität“, Geschäftsjahr 2019, geprüft. Das vollständige Dokument zur Methodik der Kennzahlen-ermittlung von Airline-CO₂-Daten sowie den Prüfungsbericht von PwC finden Sie unter www.tuigroup.com/de-de/verantwortung/berichterstattung.

Die Vorjahreskennzahlen wurden angepasst unter Berücksichtigung des erfolgten Verkaufs der Airline Corsair und durch Verbesserungen in der Methodik durch das Inkludieren interner Subcharter-Flüge. Der spezifische CO₂-Ausstoß unserer Airlines stieg im Geschäftsjahr 2019 um 0,9%. Dies ist insbesondere in einem Rückgang der allgemeinen Auslastung und dem Grounding der Boeing 737 Max begründet. Ohne Anpassung der Vorjahreswerte durch den Corsair-Verkauf ergibt sich eine Verbesserung der CO₂-Effizienz in Höhe von 2,3%.

Ergänzend erfolgt der Ausweis der spezifischen Emissionen zusätzlich in CO₂-Äquivalenten (CO₂e). Diese berücksichtigen neben Kohlendioxid (CO₂) die weiteren fünf klimawirksamen Treibhausgase laut Kyoto-Protokoll: Methan (CH₄), Distickstoffoxid (N₂O), teilhalogenierte Fluorkohlenwasserstoffe (HFCs), perfluorierte Kohlenwasserstoffe (PFCs) und Schwefelhexafluorid (SF₆).

KLIMASCHUTZ UND RESSOURCENMANAGEMENT IM KREUZFAHRTSEGMENT

In 2019 hat TUI Cruises die neue Mein Schiff 2 in Dienst gestellt. Durch eine Kombination modernster Technologien erzielten die Neubauten der Flotte Treibstoffeinsparungen. Ein intelligentes Energiemanagementsystem, effiziente Klimaanlage, eine neuartige Belichtungssteuerung und die Nutzung von Abwärme der Motoren tragen zu einer erheblichen Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks bei. Die Internationale Seeschiffahrts-Organisation (IMO) hat besonders strenge NO_x-Grenzwerte für Schiffsneubauten in speziell ausgewiesenen Stickstoffemissionskontrollgebieten (NECAS) vor der nordamerikanischen Küste festgelegt. Der Hauptmotor der neuen

Mein Schiff 2 erfüllt sämtliche Vorgaben des Abgasnormwerts TIER III und entspricht somit vollumfänglich diesen Kriterien.



TUI Cruises-Umweltbericht:

www.tuicruises.com/nachhaltigkeit/umweltbericht/

Durch neue Abgasnachbehandlungssysteme reduzieren die Neubauten der Flotte auch die Schwefelemissionen um bis zu 99%.

Das Abgasnachbehandlungssystem (Advanced Emission Purification System) ist auf den Schiffen weltweit rund um die Uhr im Einsatz – nicht nur in den Sonderemissionsgebieten in der Nord- und Ostsee, dem Ärmelkanal und Nordamerika, sondern auch in anderen Regionen, die TUI Cruises befährt, wie dem Mittelmeer, dem Orient, der Karibik und Mittelamerika.

Ab Juli 2020 werden alle Schiffe der Hapag-Lloyd Cruises mit dem schwefelarmen Marine-Gasöl betrieben (Schwefelanteil unter 0,1%). Dies reduziert die Schwefelemissionen um rund 80% und die Feinstaub- und Rußemissionen um bis zu 30%. Bereits heute verfügen alle Hapag-Lloyd-Schiffe über tributylzinnfreie Unterwasseranstriche, bordeigene Meerwasserentsalzungsanlagen und biologische Kläranlagen für das Abwasser. Der Abfall wird entsprechend internationalen Vorschriften (MARPOL) umweltfreundlich an Bord getrennt und von Fachbetrieben landseitig entsorgt.

Auch die 2019 in Dienst gestellte Hapag-Lloyd Cruises Hanseatic nature setzt auf führende Umwelttechnologie. Eine besondere Rumpfkonstruktion und neuartige Ruder mit einem Spezialpropeller

reduzieren den Treibstoffverbrauch. Das Schiff ist für die Verwendung von Landstrom vorbereitet.

Marella Cruises arbeitete im Geschäftsjahr 2019 an der Verbesserung von Betriebsprozessen mit Umweltauswirkungen und erweiterte die interne Erfassung und Steuerung von Verbrauchsdaten. Marella Cruises setzt auf eine Vielzahl effizienterer Verfahren und Technologien, beispielsweise durch neue Klimatisierungsanlagen. In bestimmten Situationen kann komplett auf einen der Motoren verzichtet werden oder das Schiff driftet, wenn dies die Fahrsituation erlaubt. Dadurch können die Motoren mit ihrer effizientesten Geschwindigkeit laufen und der Bedarf an Energie, der an Bord entsteht, wird reduziert. Weitere Fortschritte gab es im Rahmen der Marella-Nachhaltigkeitsarbeit beim effizienteren Wäschereibetrieb, im Bereich des Wassermanagements und beim Einsatz von Einwegplastik.

Kreuzfahrten – CO₂-Intensität, Trinkwasser und Abfall

| | 2019 | 2018 | Veränderung in % |
|---|------|------|---------------------|
| Kohlenstoffdioxid – spezifisch kg/Kreuzfahrtpassagier pro Übernachtung | 99 | 101 | -2,1 |
| Frischwasser – spezifisch l/Kreuzfahrtpassagier pro Übernachtung | 85 | 110 | -23,2 |
| Abfall – spezifisch l/Kreuzfahrtpassagier pro Übernachtung | 11,7 | 12,7 | -8,1 |

Im Geschäftsjahr 2019 ging der relative CO₂-Ausstoß im Kreuzfahrtsegment um 2,1 % zurück. Dies war vor allem durch das laufende Flottenerneuerungsprogramm, Energieeffizienzmaßnahmen und technologische Verbesserungen bedingt.

Pro Nacht und Passagier belief sich die Abfallmenge auf 11,7 Liter – eine Reduzierung um 8,1 % – und der Frischwasserverbrauch auf 85 Liter, ein Rückgang um 23,2 %. Dies war durch die Flottenerneuerung und den Ausbau von Entsalzungsanlagen an Bord bedingt.

KLIMASCHUTZ UND RESSOURCENMANAGEMENT DER HOTELS

Zusammen mit unseren Hotelpartnern arbeiten wir kontinuierlich an der Verbesserung unserer Nachhaltigkeitsperformance. Eigene Untersuchungen haben ergeben, dass unsere nachhaltig geführten Hotels ein höheres Maß an Qualität und Kundenzufriedenheit aufweisen.

Verträge mit unseren Hotelanbietern beinhalten eine Vertragsklausel, die unsere Partner darauf hinweist, Mindestkriterien im Bereich Nachhaltigkeit einzuhalten und auch eine vom Global Sustainable Tourism Council (GSTC) anerkannte Nachhaltigkeitszertifizierung einzuführen. Wir unterstützen unsere Hotelpartner bei dem Bemü-

hen, diese Kriterien einzuhalten, zum Beispiel indem wir sie auf die Zertifizierung vorbereiten.

Im Januar 2019 erhielt der Robinson Club Jandia Playa als erstes internationales Hotel außerhalb Deutschlands die Platin-Zertifizierung der DGNB (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen). Der Neubau hat mit einer Bewertung von 82,5 % besonders gut im Bereich „ökologische Qualität“ abgeschnitten. Das DGNB-System berücksichtigt zudem unter anderem ökonomische, soziokulturelle und technische Aspekte.

TUI hat im Geschäftsjahr ihre Zusammenarbeit mit Hotelpartnern ausgebaut, um die Lebensmittelverschwendung weiter zu reduzieren. Im Rahmen von Workshops auf Gran Canaria, in der Türkei und auf Mallorca wurden TUI Hoteliers geschult und Maßnahmen zum nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln erarbeitet.

Hotels – CO₂-Intensität, Wasser* und Abfall

| | 2019 | 2018 | Veränderung in % |
|---|------|------|---------------------|
| Kohlenstoffdioxid – spezifisch kg CO ₂ /Übernachtung | 9,47 | 9,45 | +0,1 |
| Wasser – spezifisch l/Übernachtung | 542 | 556 | -2,5 |
| Abfall – spezifisch kg/Übernachtung | 2,1 | 2,2 | -5,5 |

*Einschließlich Wasser für häusliche Nutzung, Pools und Bewässerungszwecke.

Ein effektives Abfallmanagementsystem zielt auf einen schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen und die Verringerung negativer Umweltauswirkungen ab. Zugleich können Kosten durch Recycling gesenkt werden. Unsere Konzern- und Partnerhotels haben verschiedene Maßnahmen zur Abfallreduzierung eingeleitet, beispielsweise durch einen stärkeren Fokus auf den Einkauf bei lokalen Anbietern und die Reduzierung von Verpackungsabfällen durch den Verzicht auf Einzelverpackungen. Die Abfallmenge pro Übernachtung belief sich im Geschäftsjahr 2019 auf 2,1 kg, ein Minus von 5,5 %.

Wasser ist eine der wertvollsten Ressourcen der Welt. Neben Maßnahmen zur Reduzierung des Wasserverbrauchs entwickeln unsere Hotels innovative Wege zur Lösung von Problemen mit der Frischwasserversorgung. So stellen Entsalzungsanlagen in Urlaubsländern einen wichtigen Baustein zur Minderung des Drucks auf die Wasserressourcen dar.

EINWEGPLASTIK REDUZIEREN

Der Anstieg der Plastikabfälle wirkt sich auch negativ auf den Tourismus aus, das gilt in besonderer Weise für den Strandurlaub. TUI minimiert in diesem Zusammenhang den Einsatz von Einwegplastik im Geschäftsbetrieb. Bis 2020 möchten wir über alle Geschäftsbereiche wie Hotels, Kreuzfahrten und Flug hinweg sowie in den Destinationen 250 Mio. Einwegplastikteile einsparen.

In 2019 haben wir zudem die internationale „Tourism Plastic Pledge“ unterzeichnet, im Rahmen derer wir mit Partnern an der Umsetzung unseres Ziels arbeiten. Wichtige Schritte waren die Einführung der „Plastic Reduction Guidelines“ für Hotelpartner und die Schulung von Hoteliers hinsichtlich Plastikvermeidung.

Sozialbelange und Zusammenarbeit mit den Destinationen

Tourismus kann starke positive Effekte entfalten. Er ermöglicht wirtschaftliche Entwicklung und fördert interkulturelle Verständigung und Toleranz. Unsere Strategie „Better Holidays, Better World“ soll sicherstellen, dass die Vorteile des Tourismus der lokalen Bevölkerung zugutekommen und die Umwelt und die Menschenrechte entlang unserer Wertschöpfungskette geschützt werden.

- Unser Ziel: Wir werden bis 2020 jährlich 10 Millionen nachhaltige* Urlaubsreisen anbieten, damit mehr Menschen vor Ort von den Vorteilen des Tourismus profitieren können.

* Gemessen an der Zahl unserer Gäste, die über uns einen Aufenthalt in einem Hotel mit einer vom Global Sustainable Tourism Council (GSTC) anerkannten Nachhaltigkeitszertifizierung buchen.

NACHHALTIGERE URLAUBSREISEN

Einer der Schwerpunkte liegt hier auf unseren Hotels – dem zentralen Element des Urlaubserlebnisses. Von den Hotels, die mit uns arbeiten, erwarten wir, dass sie sich zu guten sozialen und ökologischen Praktiken verpflichten.

Bei unserer Selbstverpflichtung, nachhaltigere Urlaubsreisen anzubieten, spielen Zertifizierungen eine entscheidende Rolle. Diese bieten den glaubwürdigen Nachweis, dass unsere Hotels bei sozialen und ökologischen Fragen weiter gehen als Mitbewerber. Wir ermutigen unsere Hotels, sich einer vom GSTC (Global Sustainable Tourism Council) anerkannten Zertifizierung zu unterziehen. Wir unterstützen unsere Hotelpartner durch das Bereitstellen von Informationen, Trainings und Konferenzen.

Auch im Bereich Ausflüge ist der Aspekt Nachhaltigkeit verankert. Seit 2014 stellen Ausflüge der TUI Collection authentische Eindrücke von der besuchten Destination in den Mittelpunkt. Jeder Ausflug im Rahmen des Collection-Programms muss bestimmte Nachhaltigkeitskriterien erfüllen. Es ist nachzuweisen, dass die Bevölkerung vor Ort von dem jeweiligen Ausflug profitiert und dessen Umweltauswirkungen minimiert worden sind.

Nachhaltigere Urlaubsreisen

| | 2019 | 2018 | Veränderung in % |
|---|-----------|-----------|---------------------|
| Kunden (in Mio.) in zertifizierten Hotels ¹ | 10,3 | 9,2 | +12,0 |
| Anzahl zertifizierter Hotels ¹ | 1.688 | 1.520 | +11,1 |
| Anteil GSTC-zertifizierter Hotels bei TUI Hotels (in %) | 80 | 78 | +2 ² |
| Anzahl TUI Collection-Ausflüge | 1.221.908 | 1.177.095 | +3,8 |

¹ Hotels mit einer vom Global Sustainable Tourism Council (GSTC) anerkannten Nachhaltigkeitszertifizierung.

² Veränderung ist in Prozentpunkten angegeben.

Im Geschäftsjahr 2019 stieg die Anzahl an Gästen, die in einem nach einem vom GSTC anerkannten Standard zertifizierten Hotel übernachteten, um 12,0% auf 10,3 Mio., womit wir unser Ziel in diesem Bereich frühzeitig erfüllen. Die Anzahl zertifizierter Hotels stieg um 11,1% auf 1.688. Diese positive Entwicklung ist auf unsere Maßnahmen zurückzuführen, mit Hotelpartnern gemeinsam an einer Nachhaltigkeitszertifizierung zu arbeiten. Zugleich sehen wir eine positive Entwicklung bei den Gästezahlen. Im Geschäftsjahr 2019 nahmen 1.221.908 Gäste an Ausflügen des TUI Collection-Programms teil. Dies entspricht einem Zuwachs von 3,8% gegenüber dem Vorjahr.



Methodikpapier:

www.tuigroup.com/de-de/verantwortung/berichterstattung

TUI TOURS

Mit den Rundreiseprodukten von TUI Tours bieten wir unseren Gästen die Möglichkeit, Urlaubsländer authentisch und mit engem Bezug zu lokaler Kultur zu erleben. Der Nachhaltigkeitsgedanke findet sich im Produktkonzept wieder:

- Prüfung der Rundreisen nach gesetzten Nachhaltigkeitskriterien
- TUI Guides haben am Nachhaltigkeitstraining der TUI Tours Academy teilgenommen
- Rundreisen beinhalten nachhaltige Erlebnisse, z.B. das Kochen lokaler Gerichte oder das Entwickeln lokaler Produkte
- TUI Tours Rundreisen beinhalten eine Spende an die TUI Care Foundation, in manchen Destinationen ist ein Besuch unterstützter Projekte möglich

KUNDENNACHFRAGE

Die Verankerung von Nachhaltigkeit in unserer Marke und die Sensibilisierung unserer Kunden sind wichtige Prioritäten. Wir wollen die Nachfrage nach nachhaltigeren Urlaubsreisen fördern, indem wir aufzeigen, wie diese Reisen zu einem besseren Urlaubserlebnis beitragen, und herausstellen, dass sie positive Veränderungen bewirken können.

In 2019 wurde gemeinsam mit der Naturschutzorganisation Global Nature Fund ein Online-Souvenir-Guide entwickelt. Dieser bietet Reisenden Orientierung bei der Auswahl von Urlaubssouvenirs, damit sie nicht durch unbewusste Kaufentscheidungen der lokalen Artenvielfalt schaden, was außerdem bei der Heimreise vom Zoll geahndet werden könnte. Gleichzeitig werden alternative Produkte vorgestellt, die auch zur lokalen Wertschöpfung beitragen.

BARRIEREFREIHEIT

Unser Ziel ist es, möglichst vielen Menschen barrierefreie Reisen anzubieten und Vorreiter bei der Entwicklung neuer Produkte und Prozesse zu sein, die Reisen leichter und angenehmer machen. Im Berichtsjahr setzten wir die Analyse der von uns angebotenen Produkte fort und fokussierten uns weiterhin darauf, die Kunden bei der Urlaubsbuchung diesbezüglich umfassender zu informieren.

TIERSCHUTZ

Die TUI Group überprüft ihre Anbieter gemäß etablierten Tierschutz-Leitlinien. Alle Anbieter von TUI Ausflügen zu Tieren müssen die Leitlinien der ABTA (Global Animal Welfare Guidance for Animals in Tourism) einhalten. Seit 2016 wurden hier mehr als 217 unabhängige Audits durchgeführt. Soweit möglich, unterstützen wir Anbieter bei der Arbeit an Verbesserungsplänen. Eine Reihe von Angeboten wurde aus dem Programm genommen, da sie die Standards nicht erfüllten.

POSITIVE VERÄNDERUNGEN ANSTOSSEN

Die TUI Care Foundation ist für uns der wichtigste Kanal für die Verwirklichung unseres Ziels, gemeinnützige Projekte und die positiven Effekte des Tourismus zu unterstützen.

 Weitere Informationen über die TUI Care Foundation im Magazin auf Seite 52 ff und unter www.tuicarefoundation.com

- Unser Ziel: Das jährliche Fördervolumen für gemeinnützige Projekte soll bis 2020 auf 10 Mio. € anwachsen, um die positiven Auswirkungen des Tourismus zu fördern; zur Unterstützung dieser Aufgabe werden wir die TUI Care Foundation nutzen.

Dies messen wir anhand der Investitionen in Nachhaltigkeitsprojekte und -initiativen sowie anhand von Mitgliedschaften, die gute Zwecke unterstützen und die positiven Auswirkungen des Tourismus verstärken.

Gemeinnützige Projekte

| Mio. € | 2019 | 2018 | Veränderung in % |
|---|------|------|------------------|
| Unterstützung für Nachhaltigkeits- / gemeinnützige Projekte | 8,1 | 7,8 | +4,1 |

Der für Nachhaltigkeitsprojekte und gemeinnützige Projekte im Geschäftsjahr 2019 aufgewandte Betrag belief sich auf 8,1 Mio. €, ein Anstieg um 4,1 % gegenüber dem Vorjahr. Für das Geschäftsjahr 2020 sind weitere Maßnahmen zur Erreichung des Ziels geplant.

Die TUI Care Foundation wurde 2016 als Stiftung unseres Konzerns gegründet, um unsere Projektaktivitäten zu bündeln. Sie ist eine unabhängige, gemeinnützige Stiftung, deren Kuratoren mehrheitlich nicht bei TUI beschäftigt sind. Die TUI Care Foundation baut auf dem Potenzial des Tourismus als Triebfeder für positiven Wandel auf, indem sie Partnerschaften und Projekte unterstützt und initiiert, die der jungen Generation neue Zukunftschancen eröffnen und zu Entwicklung und Wohlstand in Destinationen in aller Welt beitragen.

Das Programm „Caring for a Better World“ der Stiftung umfasst drei Aktionsbereiche: die Förderung eigenverantwortlicher Handlungskompetenzen junger Menschen, den Schutz von Natur und Umwelt und die Unterstützung der lokalen Gemeinschaften, damit sie von den Vorteilen des Tourismus profitieren können. In der untenstehenden Tabelle führen wir den Fortschrittsbericht zu den letzten zwei Jahren auf:

| Handlungsfeld | Ziel 2020 | Fortschritte 2017 & 2018* |
|----------------------------|--|---|
| Junge Generation & Bildung | Gemeinsam wollen wir die Lebenschancen von über 100.000 Kindern und Jugendlichen verbessern. | 59.000 Kinder und Jugendliche über Programme erreicht |
| Umwelt & Natur | Gemeinsam wollen wir über 1 Mio. Tiere schützen und Projekte initiieren, die zur Sicherung von Ressourcen beitragen. | Über 1,6 Mio. Tiere geschützt |
| Nachhaltige Destinationen | Gemeinsam wollen wir dabei helfen, die Existenzgrundlage von 10.000 Menschen in den Destinationen zu verbessern. | 5.400 Menschen über Projekte und Initiativen erreicht |

*TUI Care Foundation Finanzjahr (1. Januar – 31. Dezember).

Das Projektportfolio der Stiftung wuchs in 2019. Beispiele:

- TUI CARES (Marokko) – technische Unterstützung und Vertriebsmöglichkeiten für Frauenkooperative geschaffen, Verkauf lokaler Produkte wie Arganöl in ländlichen Gebieten
- TUI CLEAN & GREEN (Zypern) – Reduktion von Einwegplastik durch Bildungsprogramme in Schulen vor Ort und Umsetzung von Maßnahmen mit lokalen Partnern
- TRAVEL TECH 4 GOOD (Afrika) – Unterstützung von Jungunternehmen und ihren Start-ups mit Fokus auf Nachhaltigkeit und positiven sozialen Effekten
- TUI ACADEMY (Sri Lanka) – Trainings und Praktika in der wachsenden Tourismusindustrie, um Jugendarbeitslosigkeit zu mindern

SECURITY, HEALTH & SAFETY

Der Bereich Group Security, Health & Safety (Group SHS), als Konzernsicherheit der TUI AG, steht für den Betrieb und die Weiterentwicklung des ganzheitlichen Schutzkonzepts für Gäste und Mitarbeiter, die Reputation des Unternehmens und seine Vermögenswerte. Der intensive und stetige Austausch mit den Tochtergesellschaften sowie mit relevanten Fachabteilungen des Konzerns liefert die Basis für ein professionelles und bedarfsgerechtes Sicherheits- und Gesundheitsmanagement.

Das Reiseerlebnis steht für Entspannung und Wohlfühlen oder auch für Erleben und Entdecken. Reisen kann jedoch gleichzeitig mit vielfältigen Risiken verbunden sein. Ziel der Aktivitäten der TUI Group im Bereich SHS ist es, diese Risiken für Gäste und Mitarbeiter, soweit diese über das allgemeine Lebensrisiko hinausgehen, im Rahmen der Möglichkeiten zu reduzieren.

Im Bereich der Abwehr intendierter Gefahren für Leib und Leben unserer Gäste (etwa Kriminalität oder Terror) („Security“) handelt Group SHS proaktiv und nachhaltig: Sicherheitsrelevante Entwicklungen in unseren Destinationen werden fortlaufend beobachtet und analysiert und Maßnahmen zur Reaktion mit den Märkten besprochen. Die Schaffung eines Bewusstseins für Sicherheit als weiteres Kernelement wurde durch neun Besuche ausgewählter Zielgebiete (bspw. Mexiko, Dominikanische Republik, Sri Lanka, Tunesien, Ägypten oder Kenia) gestärkt. Der Austausch mit Hotelmanagern sowie mit Vertretern von TUI Destination Experiences und von Sicherheits- und Tourismusbehörden liefert ein Gesamtbild der entsprechenden Destination und ihrer Herausforderungen für die TUI Group als integrierten Reisekonzern.

Sofern unsere Hotels & Resorts durch Gesellschaften betrieben werden, bei denen die TUI Group die Anteilmehrheit besitzt, werden sie einer jährlichen Überprüfung von Sicherheitsstandards unterzogen. Im Berichtsjahr wurden hierdurch 45 Security Audits und Beratungen initiiert. Ergebnisse werden dem lokalen und dem Gruppenmanagement zur Verfügung gestellt und dienen der kontinuierlichen Verbesserung. In diesem Jahr lag ein weiterer Schwerpunkt auf der Ausweitung unserer Prüfung von Sicherheitskonzepten auf Nicht-Konzernhotels: Erstmals haben wir als

einzig großer Tourismuskonzern testweise 49 Hotels geprüft, etwa in Marokko, Spanien oder Tunesien. Dabei lag der Schwerpunkt auf der Beratung der Hotelbetreiber.

Das Ziel der TUI Group ist es, dem Gast für alle im Rahmen seiner Reise gebuchten Leistungen (beispielsweise Flug, Transfer zum Hotel, Hotelaufenthalt sowie Exkursionen) ein Reiseerlebnis zu bieten, das ein Höchstmaß an Sicherheit auch vor nicht beabsichtigten Gefahren („Health & Safety“) gewährleistet. Die TUI Airlines haben hierfür ein einheitliches Sicherheitsmanagementsystem aufgebaut, das allen einschlägigen Vorschriften europaweit entspricht. Sofern dritte Anbieter für Flugverkehrsleistungen eingesetzt werden, sind sie im Vorwege durch konzerninterne Experten bewertet worden. Für die durch TUI Destination Experiences durchgeführten Transfers werden sowohl die eigenen Kapazitäten als auch eingesetzte Fremdanbieter risikobasiert auf ihre Sicherheit überprüft. Die Märkte lassen die Hotels risikobasiert regelmäßig hinsichtlich der Einhaltung von Standards prüfen. Identifizierte Verbesserungsmöglichkeiten werden nachgehalten. Durch TUI Destination Experiences angebotene Exkursionen werden hinsichtlich ihres Risikos eingeschätzt und überprüft. Im Geschäftsjahr 2019 sind über 6.731 solcher Prüfungen (4.998 Audits und 1.733 Self Assessments) durchgeführt worden.

Ein weiterer Teil des Bereichs Group SHS treibt alle Themen rund um die physische und psychische Gesundheit der Mitarbeiter im Konzern. Neben der Sicherstellung geltender Arbeitssicherheitsstandards bietet das Team Occupational Health mit professioneller Unterstützung zum Beispiel am Standort Hannover ein vielfältiges „TUI fit“-Leistungspaket von Sportkursen und verschiedenen Gesundheitscoaching-Angeboten wie Ernährungsberatung bis hin zu ärztlichen (Vorsorge-)Untersuchungen oder Chiropraktoren. Ein intensiver Austausch mit den Konzerngesellschaften beleuchtet zudem die Strukturen der TUI Group, damit weiter an einheitlichen Prozessen und gemeinsamen Standards gearbeitet wird.

TUI verfügt über ein konzernweit geltendes Krisenmanagementsystem. Dieses kam insbesondere bei Terroranschlägen in Sri Lanka sowie beim Hurrikan Dorian in der Karibik erfolgreich zur Anwendung. Unsere Mechanismen zur Ereignisbewältigung umfassen neben der Lageerhebung auch die Frage, wie Gäste und Mitarbeiter vor Ort betroffen sind und welche Unterstützung erforderlich ist. Rund um die Uhr betriebene Lagezentren, verteilt auf unterschiedliche Quellmärkte, bilden die Basis für eine schnelle und sachgerechte Reaktion auf kritische Ereignisse. Erfahrene Krisenmanager arbeiten gruppenweit mit Experten der Kommunikation und des Versicherungsmanagements zusammen, um rasch und flexibel agieren zu können. Eine entsprechende Berichterstattung und Koordination durch Group SHS stellen sicher, dass das Management von allen wichtigen Ereignissen und Entwicklungen Kenntnis erhält und bei Bedarf unverzüglich Entscheidungen treffen kann. Damit verbunden ist die Sicherstellung bzw. die Wiederherstellung der so genannten Geschäftskontinuität. Hierzu erarbeitet der Bereich gegenwärtig ein Konzept, auf dessen Basis die vorliegenden Pläne überprüft und stetig weiterentwickelt werden.

Achtung der Menschenrechte

Die TUI Group achtet alle international verkündeten Menschenrechte gemäß der Internationalen Menschenrechtscharta und erwartet dies auch von ihren Lieferanten und Geschäftspartnern. In Bezug auf die Bekämpfung „moderner Sklaverei“ mit den Elementen Zwangsarbeit und Menschenhandel haben wir uns besonders engagiert.

 Erklärung zum Modern Slavery Act unter www.tuigroup.com/en-en/sustainability/msa

Im Einklang mit den geltenden Gesetzen, Übereinkommen und Vorschriften verpflichtet sich TUI zur Achtung der Menschenrechte in sämtlichen Unternehmungen weltweit. Wir haben Richtlinien und Initiativen auf den Weg gebracht, um negative Auswirkungen in Bezug auf die Menschenrechte gemäß den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte zu überwachen, und wir werden – wenn erforderlich – Abhilfemaßnahmen ergreifen.

Im September 2014 trat TUI dem UN Global Compact bei, wodurch sich die TUI Group verpflichtet, ihr Handeln an zehn universell anerkannten Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung auszurichten. In 2012 unterzeichnete TUI zudem den Globalen Ethikkodex der UN-Welttourismusorganisation (UNWTO).

Wir haben eine Arbeitsgruppe zum Thema Menschenrechte eingesetzt, der Führungskräfte aus verschiedenen Abteilungen angehören und die sich mit der kontinuierlichen Analyse potenzieller Risiken hinsichtlich der Einhaltung der Menschenrechte befasst. Wir arbeiten darüber hinaus aktiv im Vorstand des Global Sustainable Tourism Council (GSTC) und im Travelife-Vorstand mit. Beide Organisationen gehen diese Themen durch Nachhaltigkeitszertifizierungsstandards für Hotels an.

Die TUI Group hat eine Reihe von Richtlinien sowie speziellen Prozessen für den Bereich Einkauf eingeführt, die sich auf die Verhinderung von Menschenrechtsverletzungen und „moderner Sklaverei“ fokussieren.

- Das Global Employment Statement findet Anwendung für unsere eigenen Mitarbeiter und auch Vertragspartner. Der Fokus liegt auf einem fairen und verantwortungsvollen Umgang mit allen Mitarbeitern und auf der Einhaltung von gesetzlichen und industriespezifischen Anforderungen.
- Der Integrity Passport, unser Verhaltenskodex für die Mitarbeiter, verpflichtet uns zur Achtung und Einhaltung der Menschenrechte.

Mitarbeiter der TUI Group werden auch ermutigt, etwaiges Fehlverhalten über die SpeakUp Line zu melden.

- Der Verhaltenskodex für Lieferanten setzt Mindeststandards, die wir von unseren Lieferanten und deren Mitarbeitern erwarten. Der Kodex umfasst unter anderem Hinweise zur Achtung der Menschenrechte und des Arbeitsrechts, zur Ermittlung von Bestechungs- und Korruptionsrisiken, zur Erkennung negativer Umweltauswirkungen und zur Unterstützung des Gemeinwohls.
- Wir haben in unsere Verträge mit den Hotelpartnern und weiteren Lieferantengruppen ökologische und soziale Anforderungen aufgenommen.

Wir erwarten von unseren Hotelpartnern, dass sie eine unabhängige, vom Global Sustainable Tourism Council (GSTC) anerkannte Nachhaltigkeitszertifizierung durchführen lassen. Die vom GSTC anerkannten Programme zertifizieren höchste Standards in den Bereichen Menschenrechte, Schutz von Kindern und Gemeinwohl in der Tourismusbranche. Die Zahl der TUI Kunden, die einen Aufenthalt in einem nach einem vom GSTC anerkannten Standard zertifizierten Hotel gebucht haben, ist auf 10,3 Mio. angestiegen. Die Zahl der zertifizierten Hotels hat sich auf 1.688 erhöht.

Ein Schwerpunkt liegt auf der Sensibilisierung aller Geschäftsbereiche für das Thema Menschenrechte. In den letzten zwei Jahren absolvierten 7.849 Kollegen eine Schulung bei TUI Destination Experiences zum Thema Kinderschutz, 2.639 Kollegen absolvierten das Modern Slavery E-Learning Training. Alle Besatzungsmitglieder der TUI Airlines in Großbritannien und den skandinavischen Ländern durchlaufen bei ihrer Einarbeitung eine Schulung zum Thema „Kinderschutz“. Die TUI Group führt aktuell vergleichbare Schulungen auch in ihren anderen Fluggesellschaften ein.

Die TUI Group unterstützt eine Reihe von Projekten und Partnerschaften, um Menschenrechte in unseren Destinationen zu schützen. Wir nehmen an Konferenzen von TUI Hotelpartnern teil, um die Teilnehmer im Hinblick auf das Thema „moderne Sklaverei“ zu sensibilisieren, und unterstützen Travelife bei Roadshows, so z.B. in Kenia, Montenegro und auf Sansibar. Die TUI Care Foundation widmet sich mit ihren Projekten auch menschenrechtsrelevanten Themen.

In 2019 trat die TUI Group der World Travel and Tourism Council „Human Trafficking Task Force“ bei, die es sich zum Ziel gesetzt hat, Menschenhandel in der gesamten Tourismusindustrie konsequent zu unterbinden. TUI Group ist ebenfalls Mitglied in der „Orphanage Tourism Task Force“ der Organisationen „Hope and Homes for Children“ und ABTA, um dem immer relevanter werdenden Thema des so genannten Waisenhaus-Tourismus zu begegnen.

Arbeitnehmerbelange

Um als führender Touristikonzern im sich wandelnden Markt erfolgreich zu sein, stellen unsere Mitarbeiter als „Changemaker“ einen entscheidenden Faktor dar. Die permanente Veränderung im Arbeitsalltag verlangt ein ganzheitliches Umdenken unserer Belegschaft inklusive aller Führungskräfte, was die TUI durch individuelle Maßnahmen unterstützt.

Da unser Unternehmen ohne qualifizierte und engagierte Mitarbeiter nicht erfolgreich sein kann, ist HR ein wesentlicher Bestandteil und „care more“ eine strategische Säule der Nachhaltigkeitsstrategie der TUI Group. Damit TUI die digitale Transformation erfolgreich durchlaufen kann, müssen unsere Mitarbeiter dazu befähigt werden, mit dem Wandel der Zeit zu gehen (People Development & Learning). Neue „Changemaker“ müssen akquiriert werden (Talent Akquisition) und es müssen Maßnahmen ergriffen werden, die das Engagement der gesamten Belegschaft weiterhin auf einem hohen Level halten (People Engagement). HR hat dabei die Aufgabe, diese Entwicklung der TUI voranzutreiben und in dem Dreieck zwischen Führung, Kultur und Lernen die Menschen dazu zu befähigen, den Wandel aktiv mitzugestalten und digitaler zu werden.

Ein großer Schritt in Richtung digitales Unternehmen war in diesem Jahr unter anderem die Einführung des webbasierten Office 365. Rund 37.000 Mitarbeiter sammeln derzeit Wissen und können grenzüberschreitend weltweit, zu jeder Zeit und unabhängig von der jeweiligen Hardware zusammenarbeiten. Im nächsten Jahr werden weitere Mitarbeiter folgen. Social Collaboration als neue Art der Zusammenarbeit soll dadurch nicht nur technisch gefördert werden, sondern vor allem steht ein Wandel in der Mentalität der Mitarbeiter im Fokus. Verankert ist sie in dem durch die TUI und den Konzernbetriebsrat gemeinsam verhandelten Papier „newWork@TUI“, das die notwendigen Rahmenbedingungen und Meilensteine auf dem Weg zu einem digitalen Unternehmen vorgibt.

Damit wir global vernetzter agieren, lag auch in 2019 der Fokus auf der Implementierung einer gruppenweiten HR-Cloud-Plattform TUI People. Seit dem Geschäftsjahr 2017/18 wurde schrittweise das Talentmodul in den verschiedenen TUI Gesellschaften ausgerollt. Im September 2019 ist das nächste Modul aktiviert worden: „TUI People Learning“. Insgesamt befanden sich Ende des Geschäftsjahres 37.000 Mitarbeiter in dem System. Mit Beginn des neuen Geschäftsjahres werden noch drei weitere TUI People Module sukzessive eingeführt, die die Arbeit von Führungskräften und HR durch harmonisierte Prozesse deutlich effizienter werden lassen, aber auch den Mitarbeitern verschiedene Möglichkeiten bieten: „TUI People Recruiting“, ein ganzheitliches Bewerbermanagementsystem mit einer neuen globalen Karriereseite, „Workforce Analytics“ sowie das „Reward“-Modul.

PEOPLE DEVELOPMENT & LEARNING

GREAT PLACE TO GROW

Great Place to Grow hat zum Ziel, einen kontinuierlichen Dialog zwischen Mitarbeitern und ihren Führungskräften sicherzustellen, diesen Dialog einheitlich in der gesamten Group zu strukturieren

und die TUI Werte stärker in der alltäglichen Arbeit zu verankern. Seit 2019 ist der Ansatz implementiert. Rund 35.000 Mitarbeiter durchlaufen den Prozess innerhalb des „Talent“-Moduls von TUI People. Weitere Mitarbeiter werden im nächsten Geschäftsjahr folgen. Kernelement ist ein strukturierter Gesprächsprozess zwischen Mitarbeitern und Führungskräften, in dem die Entwicklung innerhalb der Rolle sowie die persönliche Leistungsbilanz thematisiert werden. Darüber hinaus findet ein regelmäßiger Austausch über die individuelle Leistung, berufliche Ambitionen und die persönliche Weiterentwicklung statt. Der Ansatz hat zum Ziel, dass die Mitarbeiter ein ehrliches Feedback über ihre Leistung sowie ihr Potenzial erhalten, und macht die TUI Werte „Trusted, Unique, Inspiring“ zum Thema der Gespräche.

TUI LEARNING

Im Rahmen der HR-Strategie Learning@TUI werden Mitarbeiter und Führungskräfte auf globaler Ebene mit einer Vielzahl von Lerninhalten sowie Führungs- und Managementprogrammen unterstützt: Durch die sukzessive Einführung des TUI People Moduls „Learning“ wird eine digitale, weltweit zur Verfügung stehende Lernplattform geboten. Die Mitarbeiter erhalten Zugang zu einem umfangreichen Online-Lernkatalog mit einer Kombination aus Präsenzs Schulungen, virtuellen Schulungen, E-Learnings, Video-Blogs und vielem mehr. Da der Lernweg jedes Mitarbeiters individuell ist, bieten die TUI Academics eine Vielzahl an Ressourcen zur Fort- und Weiterbildung. Neben den Finance, Tech und HR Academics für alle Mitarbeiter sowie der sich aktuell im Aufbau befindenden Marketing Academy gibt es zusätzlich die Leadership-Academy. Unsere verschiedenen nationalen Lern- und Entwicklungsinitiativen wurden in global ausgerichteten Programmen zusammengeführt. Dazu zählen unter anderem „Horizons“, „Perspectives“ oder „Global High Performance Leadership“. Zudem wurde in diesem Jahr erstmals das Strategieumsetzungsprogramm „digital.STEP“ entwickelt, ein 20-wöchiges, interaktives und praktisches Blended Learning-Programm, das Führungskräfte im digitalen Umfeld in die Lage versetzt, Veränderungen und Strategieumsetzungen voranzutreiben.

NACHFOLGEPLANUNG

Damit TUI jederzeit handlungsfähig ist und personelle Ressourcen für geschäftsrelevante Funktionen und Schlüsselpositionen zur Verfügung stehen, finden regelmäßig eine Nachfolgeplanung und eine Potenzialbetrachtung statt. Diese umfassen alle TUI Vorstände, das gesamte Top-Management sowie definierte strategische Rollen und werden alle sechs Monate überprüft. Sie berücksichtigen kurz-, mittel- sowie langfristige Veränderungen und sind essenziell für den Erfolg des Unternehmens. Über die Nachfolgeplanung erfolgt ein regelmäßiger Bericht an den Aufsichtsrat.

GLOBAL 360

Als globaler Arbeitgeber fördern wir die internationale Karriereentwicklung innerhalb der TUI und ermutigen die Mitarbeiter, internationale Entwicklungsmöglichkeiten zu nutzen. Das Projekt Global 360 wurde 2016 gestartet, um ebendiese internationale Karrierekultur bei der TUI aufzubauen. Gleichzeitig sollen Führungskräfte dazu ermutigt werden, bei der Rekrutierung von Talenten

über die Grenzen des eigenen Markts hinwegzublicken. In diesem Geschäftsjahr haben sich 42 Mitarbeiter im Rahmen von Global 360 bereit erklärt, an dem Projekt zu partizipieren. Seit Beginn haben insgesamt 150 internationale Einsätze stattgefunden.

TALENTAKQUISITION

Die Akquise relevanter Talente ist für die TUI von entscheidender Bedeutung. Erste Schritte, diese Talente zu identifizieren und zu gewinnen, hat TUI unternommen: So wurde Google Trends zur Verschlagwortung von Stellen sowie zur Anpassung der Jobtitel genutzt, um eine höhere Relevanz und Auffindbarkeit in der Zielgruppe zu erreichen und durch die Einführung von Talentwunder als AI Candidate Sourcing-Plattform die aktive Identifikation geeigneter Kandidaten zu ermöglichen. Darüber hinaus nahm die TUI erstmals mit einem eigenen Messestandkonzept an der re:publica teil. Ziel war insbesondere die Positionierung von TUI als Technologiekonzern und -arbeitgeber bei den 25.000 Teilnehmern aus Technologie-, E-Commerce- und Medienbranche. Für junge Talente wurde ein IT Graduate Programme mit internationalen Komponenten entwickelt und vermarktet. Die Rekrutierungsphase endet im November, erste Teilnehmer starten im Frühjahr 2020.

Die Nutzung von Videointerviews in TUI Destination Experiences speziell zur Rekrutierung großer Volumina ermöglichte eine bessere Erreichbarkeit und Flexibilität für die Zielgruppe. Die Akzeptanz dieses Kanals lag bei den Interviewteilnehmern mit einem Net Promoter Score von 8,09 außergewöhnlich hoch. TUI UK erzielte im Social Business-Netzwerk LinkedIn ein Rating innerhalb der Top 25, welches dazu genutzt wurde, mit dem Einsatz von so genannten Flashcards die Reichweite weiter zu erhöhen.

NACHWUCHSSICHERUNG UND DIGITALISIERUNG

TUI legt den Fokus auch auf die Nachwuchsgewinnung und -förderung. Derzeit beschäftigt TUI in Deutschland 539 Auszubildende, von denen 76,3 % weiblich sind. Die Ausbildungsquote lag bei 5,3 %. In diesem Jahr haben 166 Auszubildende ihre Ausbildung erfolgreich abgeschlossen und die Übernahmequote lag bei rund 65 %. Auch mit neuen Ausbildungsangeboten reagiert die TUI auf den Wandel: Für das neue Geschäftsjahr werden derzeit erstmals Interessenten für den dualen Bachelor-Studiengang „Business Economics“ bei der TUI AG gesucht, dessen Schwerpunkt in den Bereichen Big Data, künstliche Intelligenz, digitales Lernen und angewandte Statistik liegt. Außerdem wird eine Ausbildung im Bereich E-Commerce angeboten, in der Wissen über neue Vertriebswege, die der digitale Wandel mit sich bringt, vermittelt wird.

Nicht nur innerhalb Deutschlands setzen wir uns aktiv mit dem Thema Ausbildung auseinander, sondern auch global. Unser international ausgerichtetes Traineeprogramm trägt dazu bei, Nachwuchstalente zu fördern, damit sie als zukünftige Experten oder Führungskräfte in unseren verschiedenen Unternehmen eingesetzt werden können. Derzeit sind 20 Mitarbeiter im Rahmen des Traineeprogramms beschäftigt. Die Übernahmequote seit Beginn

des Programms liegt bei 88 %. Zudem hat die Ausbildung in der Region Nord eine grundlegende Überarbeitung erfahren: Sie ist nicht mehr nur für Schulabgänger zugänglich, sondern auch für interne Kollegen aller Altersstufen, die sich weiterentwickeln möchten.

PEOPLE ENGAGEMENT

„NEWWORK@TUI“

TUI setzt sich für flexibles Arbeiten ein und gibt seinen Mitarbeitern digitale Freiräume, wobei eine permanente Verfügbarkeit und Reaktivität nicht erwartet werden. Im Mittelpunkt steht das Arbeitsergebnis und nicht die Anwesenheit am Arbeitsplatz. Dies erfordert eine Kultur des Vertrauens, wie sie in unseren Unternehmenswerten verankert ist. Eine besondere Verantwortung obliegt dabei unseren Führungskräften, die ihre Teams während des gesamten Transformationsprozesses unterstützen und entwickeln.

Die Arbeitsumgebung wurde in vielen Bereichen neu gestaltet und bietet nun flexible und attraktive Arbeitsplätze. Zudem ist eine Weiterentwicklung der IT-Landschaft für die TUI in diesem Zusammenhang unverzichtbar, da sie den Bedürfnissen und Anforderungen der Nutzer entsprechen muss. Zusätzlich wird ein individuelles und modernes Lifestyle-Management gefördert, durch das Flexibilität für die Mitarbeiter zur Gestaltung verschiedener Lebensphasen geschaffen werden kann.

Um das Thema „newWork“ weltweit in den Köpfen der Mitarbeiter zu verankern, fanden in 2019 fünf interaktive, digitale Roadshows in fünf Ländern statt. Mittels Webcast erfolgte ein interaktiver Austausch zwischen den Mitarbeitern und Führungskräften, die bereits heute „newWork“ beispielhaft umsetzen.

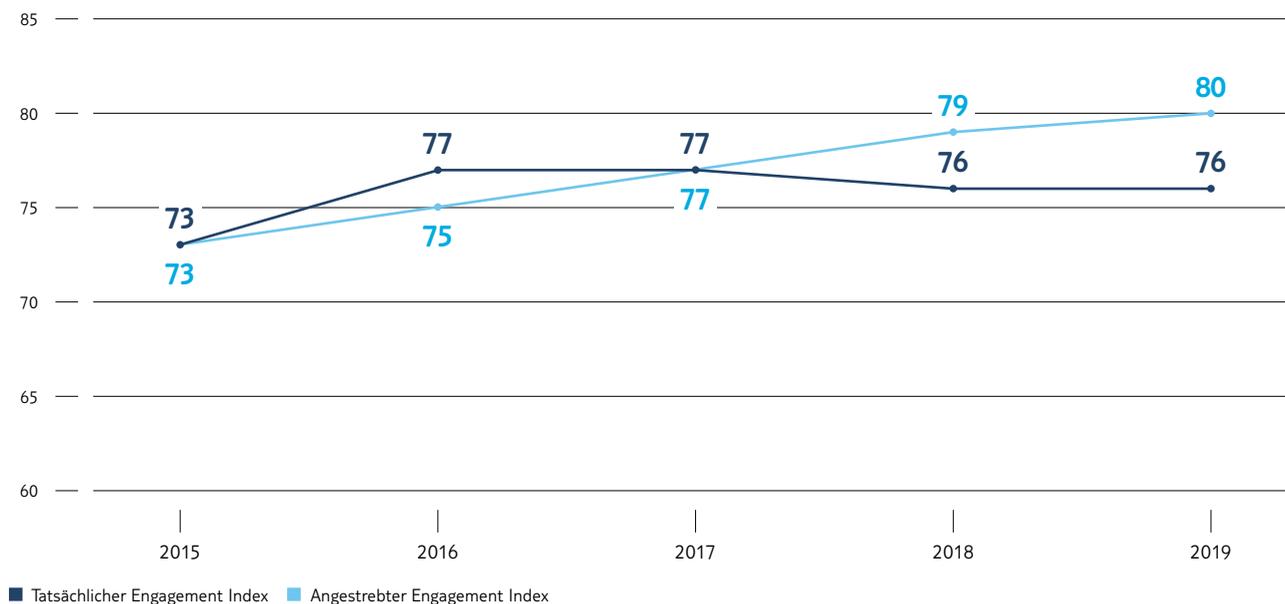
 Detailliertere Informationen finden Sie im beiliegenden Magazin auf Seite 48.

TUIGETHER

Um die Attraktivität als Arbeitgeber kontinuierlich zu steigern, ist es essenziell, die Meinung der Mitarbeiter einzuholen. Die diesjährige Umfrage fand, im Gegensatz zur reduzierten Pulse-Befragung im letzten Jahr, als Vollbefragung statt. An die Befragungszeit schließt sich ein umfassender Nachfolgeprozess mit Ergebnissen für Management und Teams an. Auf allen Ebenen werden anhand der Ergebnisse „Bottom-up“- und „Top-down“-Aktionen vereinbart, welche die Effizienz und das Engagement konzernweit verbessern sollen. Der konzernweite Aktionsplan, der darauf abzielt, das Engagement im gesamten TUI Konzern weiter zu verbessern, konzentriert sich auf die Erhöhung des emotionalen Engagements, die Einbeziehung in die Geschäftsentwicklung und die Verbesserung der Führungskompetenz. Dies wurde vom GEC vereinbart und wird durch aufgabenspezifische, zielgerichtete Pläne jedes GEC-Mitglieds unter Berücksichtigung der Ergebnisse für die eigenen Märkte, Funktionen und Plattformen sowie lokale Teamaktionen ergänzt.

Engagement Index

in %



Die TUI Group Gesamtergebnisse sind in diesem Jahr erneut stabil. Der in dem Handlungsfeld „Care more“ der Nachhaltigkeitsstrategie verankerte Engagement Index liegt bei 76 Punkten und ist damit zwei Punkte höher als der externe globale Benchmark, jedoch vier Punkte unterhalb des Zielwerts. Die Teilnahmequote von 75 % blieb ebenfalls weiterhin stabil und ist ein guter Indikator dafür, dass TUIgether innerhalb der letzten fünf Jahre eine geschätzte Feedbackkultur schaffen konnte. Zur Analyse der Führungskultur wurde erneut das TUI Group Leadership-Modell VIBE (Vision, Inspire, Build Teams, Execute) genutzt, indem eine VIBE-Analyse Teil des Fragebogens war. Der Gesamtwert der VIBE-Analyse hat sich im Vergleich zu 2018 um zwei Punkte gesteigert.

ONESHARE – TUI AKTIENPROGRAMM

Im Jahr 2017 haben wir unseren Mitarbeitern erstmals die Möglichkeit geboten, sich im Rahmen eines Mitarbeiteraktienprogramms an unserem Unternehmen zu beteiligen. Zwei Jahre nach dem Start von oneShare besitzen bereits 20,1 % aller teilnahmeberechtigten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus 25 teilnehmenden Ländern TUI Aktien. Damit wurde die Zielgröße von 13 % für 2019 übertroffen und die Zielgröße von 20 % für die nächsten fünf Jahre bereits jetzt erreicht. Im letzten Jahr gab es erstmals zusätzlich die „Golden Shares“. Jeder Teilnehmer erhielt unabhängig vom Investitionsbetrag zwölf zusätzliche Aktien.

ALTERSVORSORGE

Innerhalb der TUI Group bieten viele Konzerngesellschaften ihren Mitarbeitern Altersversorgungsmodelle in Form von Direktzusagen oder über eine Pensionskasse an bzw. beteiligen sich zusätzlich mit Beiträgen an der Altersvorsorge ihrer Beschäftigten. Für die Um-

setzung des gesetzlichen Anspruchs auf Entgeltumwandlung der Beschäftigten in Deutschland bestehen Gruppenverträge mit einem Versicherungsunternehmen. Mit diesem Angebot können die steuer- und sozialversicherungsrechtlichen Vorteile vor allem bei der arbeitnehmerfinanzierten betrieblichen Altersversorgung über eine Direktversicherung optimal genutzt werden.

ARBEITNEHMERVERTRETUNG

Die Interessen unserer Mitarbeiter werden im nationalen wie internationalen Umfeld, auf betrieblicher sowie überbetrieblicher Ebene in einer Vielzahl von Mitbestimmungsgremien vertreten. Hierbei handelt es sich überwiegend um Betriebsräte in den lokalen Betrieben, Gesamtbetriebsräte in den Unternehmen und den Konzernbetriebsrat. Sie sorgen über ihre gesetzlichen Beteiligungs- und Initiativrechte für eine interessengerechte Vertretung der Mitarbeiterschaft in allen personalrelevanten Fragen und Projekten und stellen die Einhaltung von Arbeitnehmerrechten, z. B. bei der Umsetzung von Umstrukturierungen, sicher.

Der Konzernbetriebsrat ist das auf oberster Ebene der betrieblichen Mitbestimmung des Konzerns für die Arbeitnehmer in den deutschen Gesellschaften existierende Gremium. Es setzte sich im Geschäftsjahr 2018/19 aus 27 Vertretern aus 23 Gesellschaften zusammen. Sowohl der Konzernbetriebsrat als auch die lokalen Betriebsräte leisten durch das Treffen von begleitenden Betriebsvereinbarungen in Deutschland einen wichtigen Beitrag zur Umsetzung der HR-Strategie und von „newWork@TUI“.

Auf europäischer Ebene vertritt das TUI Europaforum die Interessen unserer Mitarbeiter in den Auslandsgesellschaften und verantwortet

damit europaweit eine starke fördernde und integrative Aufgabe. Im Geschäftsjahr 2019 konnten 42 Repräsentanten von Arbeitnehmervertretungen aus zwölf Ländern in das Forum entsandt werden.

Im kommenden Geschäftsjahr wird die „Markets & Domains Transformation“ auch in den Mitbestimmungsprozessen einen erheblichen Schwerpunkt setzen.

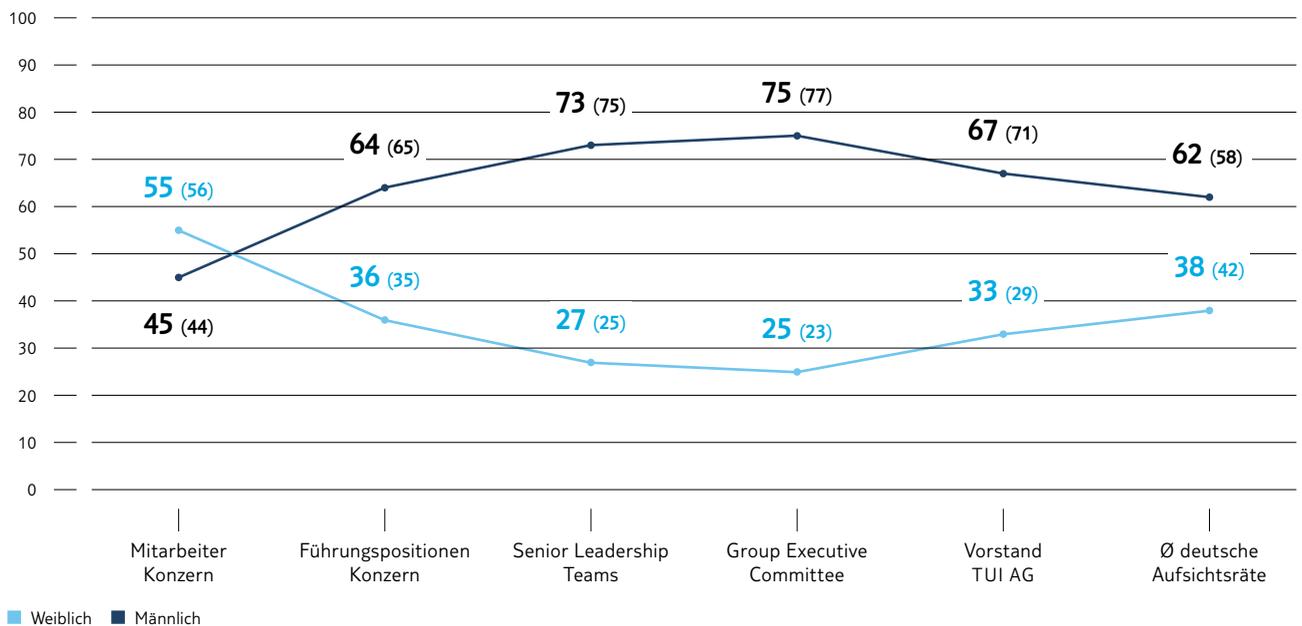
DIVERSITY UND INKLUSION

TUI fördert Vielfalt, Inklusion und Chancengleichheit und veröffentlicht seit diesem Geschäftsjahr ein „Diversity Purpose“. Zudem

ist TUI Unterzeichnerin des UN Global Compact. Wir akzeptieren keine Benachteiligung aufgrund der nationalen oder ethnischen Herkunft, des Geschlechts, der Geschlechtsidentität, der sexuellen Orientierung, des Familienstands, der Religion, der Weltanschauung, einer Behinderung, des Alters oder der sozialen Herkunft. Mit dem TUI Global Employment Statement haben wir uns zudem klar verpflichtet. Entscheidungen über Einstellung, Gehalt, Sozialleistungen, Ausbildungsmöglichkeiten, Arbeitsaufgaben, Beförderung, Disziplinarverfahren und Kündigung dürfen nur auf objektiven Gründen beruhen. Um ein stärkere Messbarkeit der Fortschritte zu gewährleisten, wurde ein erweitertes Diversity Reporting aufgesetzt.

Frauenanteil

in %



Vorjahreswerte in Klammern.

Auch in diesem Jahr lag ein wichtiger Schwerpunkt im Bereich Diversity auf der Erhöhung des Anteils der weiblichen Führungskräfte. Während die Gesamtanzahl unserer Mitarbeiterinnen leicht um einen Prozentpunkt gesunken ist, hat sich ihr Anteil in Managementpositionen gruppenweit positiv entwickelt und ist von 34,5 % auf 35,7 % gestiegen. Das GEC diskutiert aktuell langfristige Diversity-Targets bis 2030 zum Frauenanteil im Management, Internationalität der TOP 70 und Förderung einer inklusiven Arbeitskultur. Der Frauenanteil in den deutschen Aufsichtsgremien hat sich leicht reduziert, konnte aber sowohl innerhalb des Vorstands der TUI AG als auch innerhalb des Group Executive Committee um vier beziehungsweise zwei Prozentpunkte gesteigert werden.

Für Deutschland (TUI AG, TUI Deutschland, TUI fly) wurden im Rahmen der Selbstverpflichtung gemäß den gesetzlichen Bestimmungen des AktG sowie des GmbHG bereits im Geschäftsjahr 2015 Zielgrößen festgelegt. Auch in diesem Geschäftsjahr wurden nahezu alle Ziele erfüllt und wir sind auf einem guten Weg, die Zielgrößen für 2020 zu erreichen.

🔗 Siehe auch die Erklärung im Corporate Governance-Bericht auf Seite 125 ff.

Frauenanteil in Managementpositionen

| in % | 30.9.2019 | 30.9.2018 | Ziel 2020 |
|---|-----------|-----------|--------------|
| TUI AG | | | |
| Aufsichtsrat | 30 | 35 | 30 |
| Vorstand/Geschäftsführung | 2 Frauen | 2 Frauen | mind. 1 Frau |
| Erste Managementebene unterhalb des Vorstands/der Geschäftsführung | 24 | 24 | 20 |
| Zweite Managementebene unterhalb des Vorstands/der Geschäftsführung | 30 | 24 | 30 |
| TUI Deutschland | | | |
| Aufsichtsrat | 50 | 56 | 30 |
| Vorstand/Geschäftsführung | 20 | 20 | 25 |
| Erste Managementebene unterhalb des Vorstands/der Geschäftsführung | 29 | 28 | 30 |
| Zweite Managementebene unterhalb des Vorstands/der Geschäftsführung | 50 | 48 | 40 |
| TUI fly | | | |
| Aufsichtsrat | 33 | 33 | 30 |
| Vorstand/Geschäftsführung | 0 | 0 | 20 |
| Erste Managementebene unterhalb des Vorstands/der Geschäftsführung | 13 | 25 | 30 |
| Zweite Managementebene unterhalb des Vorstands/der Geschäftsführung | 45 | 42 | 40 |

MITARBEITERKENNZAHLEN

Der Mitarbeiterbestand der TUI Group erhöhte sich im Berichtszeitraum um 2,8 % auf 71.473, primär bedingt durch den Aufbau im Segment Urlaubserlebnisse.

Mitarbeiter nach Segmenten

| | 30.9.2019 | 30.9.2018 angepasst | Veränderung in % |
|-----------------------|---------------|------------------------|---------------------|
| Hotels & Resorts | 29.898 | 27.643 | +8,2 |
| Kreuzfahrten* | 342 | 328 | +4,3 |
| Zielgebietserlebnisse | 9.565 | 8.469 | +12,9 |
| Urlaubserlebnisse | 39.805 | 36.440 | +9,2 |
| Region Nord | 11.936 | 12.513 | -4,6 |
| Region Zentral | 10.645 | 10.638 | +0,1 |
| Region West | 6.713 | 6.595 | +1,8 |
| Märkte & Airlines | 29.294 | 29.746 | -1,5 |
| Alle übrigen Segmente | 2.374 | 3.360 | -29,3 |
| TUI Group | 71.473 | 69.546 | +2,8 |

*Die Mitarbeiter von TUI Cruises (JV) sind nicht inkludiert. Mitarbeiter auf den Kreuzfahrtschiffen werden primär über externe Crewmanagement-Agenturen angestellt.

HOTELS & RESORTS

Die Fortführung der Wachstumsstrategie im Segment Hotels & Resorts führte zu einem Anstieg der Anzahl der Beschäftigten um 8,2 % auf 29.898 Mitarbeiter. Bei der Riu-Gruppe stieg die Anzahl der Mitarbeiter leicht um 2 % auf 12.577. Dies war schwerpunktmäßig bedingt durch einen Anstieg der Mitarbeiterzahlen in Tansania. Neue Destinationen wie zum Beispiel die Kapverden führten zu einem Personalaufbau bei Robinson um 18,7 % auf 4.683 Mitarbeiter. Bei den übrigen Hotels reduzierte sich die Anzahl der Mitarbeiter leicht auf 1.520. Bei den Northern Hotels stieg

die Anzahl der Mitarbeiter um 13,1 % auf 11.118, insbesondere bedingt durch einen Aufbau in der Türkei.

KREUZFAHRTEN

Im Segment Kreuzfahrten stieg die Anzahl der Mitarbeiter im Vergleich zum Vorjahr um 4,3 % auf 342 Mitarbeiter an. Der Personalaufbau fand im Wesentlichen bei Marella Cruises und Hapag-Lloyd Kreuzfahrten aufgrund von Neubauprojekten im Expeditionsbereich statt.

ZIELGEBIETSERLEBNISSE (TUI DESTINATION EXPERIENCES)

Die Anzahl der Mitarbeiter im Segment Zielgebietserlebnisse ist im vergangenen Geschäftsjahr um 12,9 % auf 9.565 angestiegen. Ursächlich dafür sind der weitere Ausbau der im Vorjahr erworbenen Sparte Destinations Management von der Hotelbeds Group und der Erwerb von Musement. Vor allem in Amerika und Asien erhöhte sich der Anteil der Mitarbeiter mit jeweils rund 55 % stark.

REGION NORD

In der Region Nord sank die Mitarbeiterzahl im Vergleich zum Vorjahr um 4,6 % auf 11.936. Hauptursachen hierfür sind ein Rückgang im Retail-Bereich in Großbritannien sowie ein Rückgang im Bereich Airline in den Nordischen Ländern.

REGION ZENTRAL

Die Anzahl der Mitarbeiter blieb in der Region Zentral zum Bilanzstichtag mit 10.645 auf Vorjahresniveau. In Deutschland und Italien blieb die Beschäftigtenzahl konstant. In Österreich und der Schweiz verringerte sich die Anzahl der Mitarbeiter leicht. Insbesondere in Polen stieg die Anzahl der Mitarbeiter durch Shop-Neueröffnungen um 12,5 % auf 755.

REGION WEST

Die Mitarbeiterzahl in der Region West ist im Vergleich zum Vorjahr um 1,8 % auf 6.713 gestiegen. Dies ist im Wesentlichen auf einen

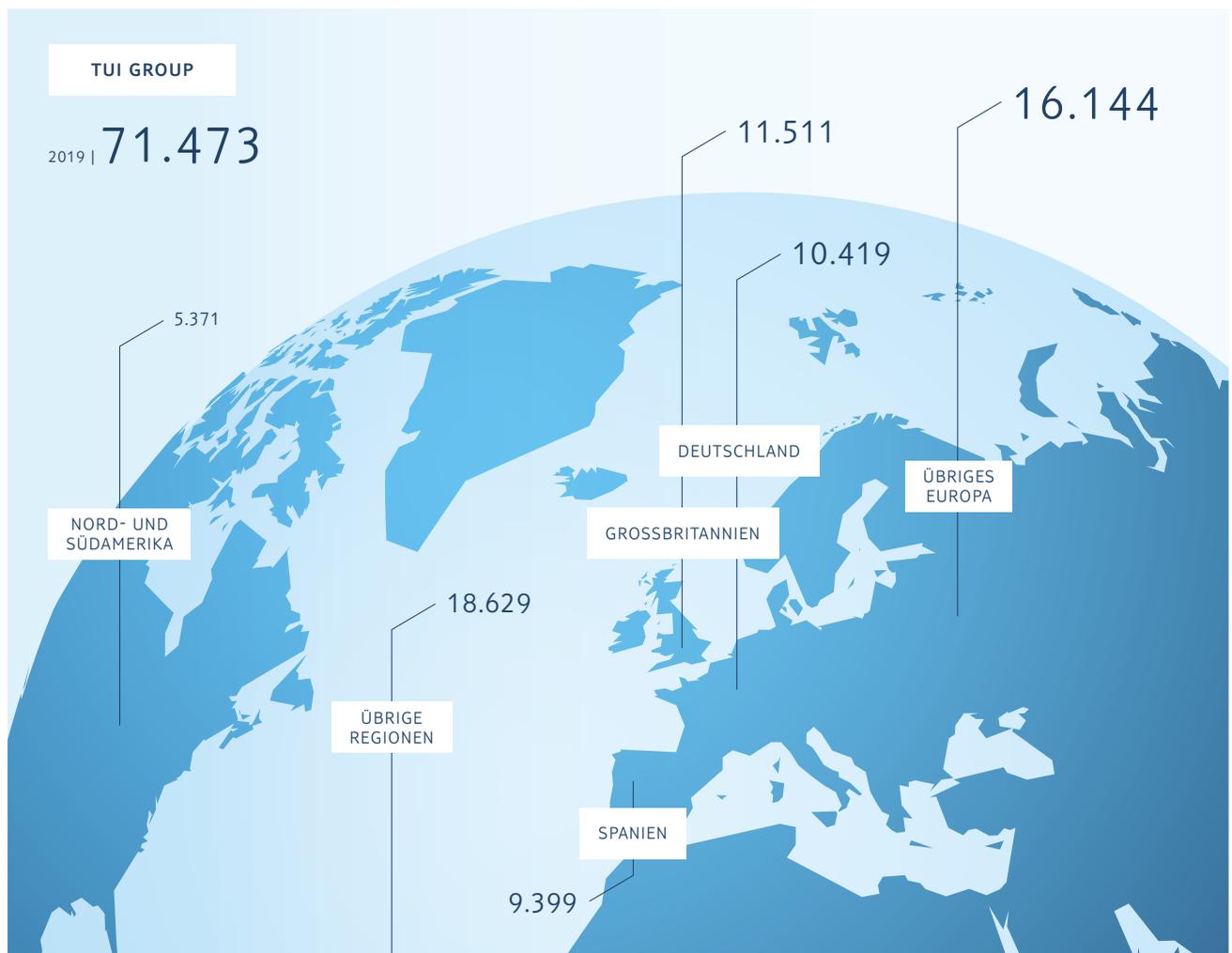
Aufbau im Bereich Airline in den Niederlanden sowie Belgien und Marokko zurückzuführen. Dem gegenüber steht ein Rückgang in Frankreich.

ALLE ÜBRIGEN SEGMENTE

Im Vergleich zum Vorjahr ist die Anzahl der Mitarbeiter, die im Bereich „Alle übrigen Segmente“ tätig sind, um 29,3% auf 2.374 gesunken. Dies ist im Wesentlichen auf die Veräußerung von Corsair zurückzuführen. Trotz prozentualer Abnahme im gesamten Segment ist die Anzahl der Beschäftigten im Corporate Center leicht um 2,8% auf 326 angestiegen. Dies resultiert unter anderem aus

dem Aufbau neuer Funktionen im Bereich Finance. Die Mitarbeiterzahl in den Head Office-Funktionen in UK hat sich um 44,5% auf 432 erhöht. Ursächlich hierfür ist insbesondere ein organisatorischer Wechsel von Teams aus UK und Irland. Das Segment Future Markets, das ein strategisches Element der digitalen Wachstumsstrategie der TUI darstellt, verzeichnete einen Anstieg der Mitarbeiterzahlen um 17,5% auf 422 Beschäftigte. Der Aufbau fand vor allem in Spanien statt. Ziel ist es, in Spanien, Portugal, Brasilien, Indien, China, Südostasien sowie weiteren Ländern mit unserer globalen „Accommodation only-Plattform“ neue Kundengruppen zu erschließen.

Mitarbeiter nach Regionen*



* Übersicht über die Mitarbeiter nach Sitz der Gesellschaft.

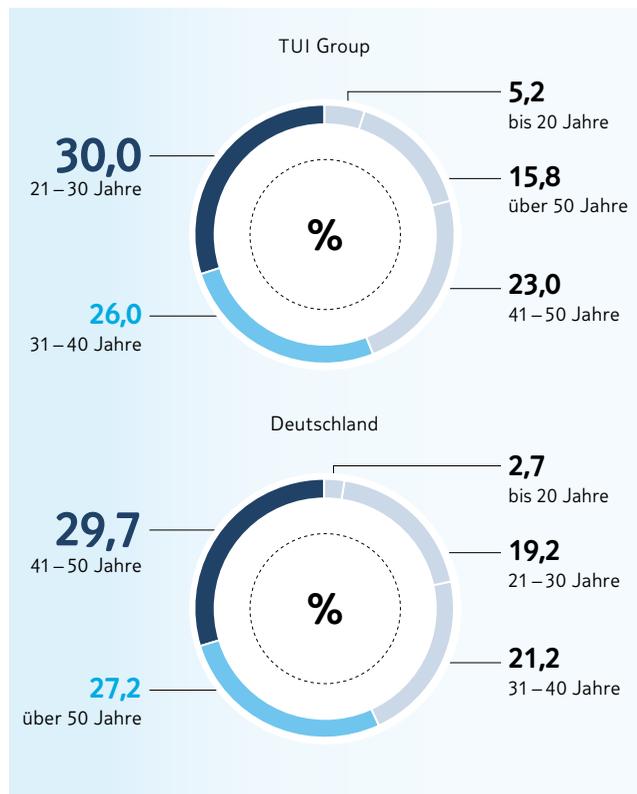
WEITERE MITARBEITERKENNZAHLEN

Mehr als die Hälfte (61,2%) der im Konzern beschäftigten Mitarbeiter sind höchstens 40 Jahre alt. Konzernweit blieb die Gruppe der über 50-Jährigen konstant (Vorjahr 15,5%). In Deutschland stieg sie

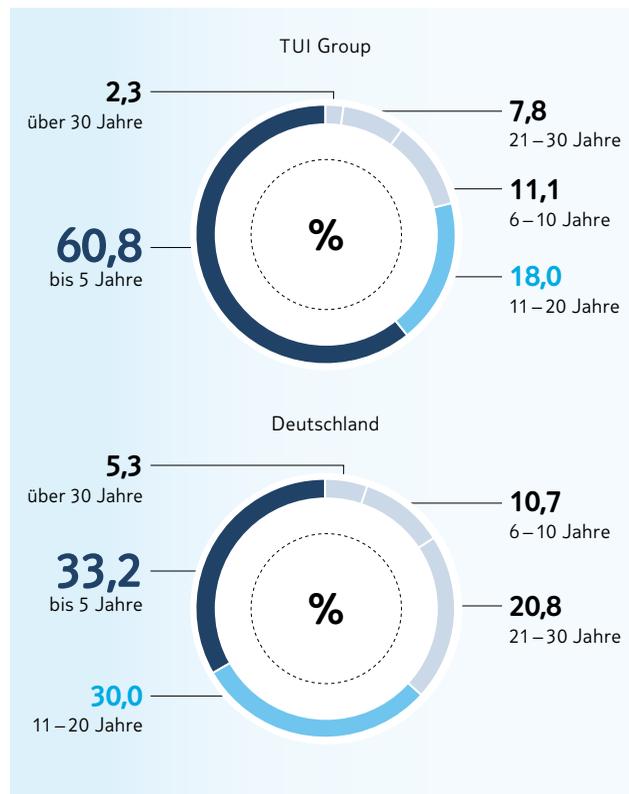
von rund 25% auf rund 27% an. Rund 70% der Konzernbelegschaft haben eine Betriebszugehörigkeit von bis zu zehn Jahren, in Deutschland liegt der Wert bei rund 44%.

Altersstruktur (30.9.2019)

in %

**Betriebszugehörigkeit** (30.9.2019)

in %

**Beschäftigungsstruktur**

| in % | TUI Group | | Deutschland | |
|--|-----------|-----------|-------------|-----------|
| | 30.9.2019 | 30.9.2018 | 30.9.2019 | 30.9.2018 |
| Mitarbeiter (Anzahl) | 71.473 | 69.546 | 10.419 | 10.345 |
| Mitarbeiter, weiblich | 55,2 | 55,7 | 67,7 | 68,4 |
| Weibliche Mitarbeiter in Führungspositionen | 35,7 | 34,5 | 33,4 | 35,4 |
| Mitarbeiter in Teilzeit, gesamt | 15,5 | 16,4 | 39,1 | 38,8 |
| Mitarbeiter in Teilzeit, weiblich | 24,3 | 25,6 | 49,5 | 49,1 |
| Mitarbeiter mit befristeten Arbeitsverhältnissen | 27,5 | 28,4 | 11,9 | 12,7 |

PERSONALAUFWAND**Personalaufwand**

| Mio. € | 2019 | 2018 | Veränderung in % |
|-------------------------------|----------------|----------------|---------------------|
| Löhne und Gehälter | 2.019,0 | 1.982,3 | +1,9 |
| Sozialabgaben | 291,6 | 299,7 | -2,7 |
| Altersversorgungs- aufwand | 139,2 | 154,3 | -9,8 |
| Gesamt | 2.449,8 | 2.436,3 | +0,6 |

Die verschiedenen Bestandteile des Vergütungspakets bei der TUI Group orientieren sich an länder- und gesellschaftsspezifischen Rahmenbedingungen und berücksichtigen Angemessenheit und Marktüblichkeit. Je nach Funktion beinhaltet die Vergütung neben einem festen Grundgehalt auch variable Bestandteile, die die individuelle Leistung des einzelnen Mitarbeiters honorieren und die

nachhaltige Beteiligung an langfristigen Unternehmenszielen fördern sollen. Das Seniormanagement kann darüber hinaus über Aktienoptionsmöglichkeiten direkt an der Wertsteigerung des Unternehmens partizipieren.

Der Personalaufwand des TUI Konzerns erhöhte sich im Berichtszeitraum um 0,6 % auf 2.450 Mio. €. Der Anstieg der Aufwendungen für Löhne und Gehälter im Vergleich zum Vorjahr resultiert insbesondere aus einer höheren Mitarbeiterzahl in den operativen Bereichen sowie Lohn- und Gehaltsanpassungen.

Bekämpfung von Korruption und Bestechung/ Compliance

 Angaben zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung in der TUI Group erfolgen in diesem Geschäftsbericht ab Seite 127 im Rahmen der Corporate Governance-Berichterstattung über Compliance.

JAHRESABSCHLUSS DER TUI AG

Kurzfassung nach HGB

Ertragslage der TUI AG

Der Jahresabschluss der TUI AG wurde nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuchs (HGB) unter Beachtung der ergänzenden Regelungen des Aktiengesetzes (AktG) aufgestellt und vom Abschlussprüfer Deloitte GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Hannover, geprüft. Er wird im Bundesanzeiger bekannt gemacht. Der Jahresabschluss ist im Internet dauerhaft verfügbar unter www.tuigroup.com und kann als Sonderdruck bei der TUI AG angefordert werden.

Im vorliegenden Geschäftsbericht ist der Lagebericht der TUI AG mit dem Lagebericht der TUI Group zusammengefasst.

Gewinn- und Verlustrechnung der TUI AG

| Mio. € | 2019 | 2018 | Veränderung in % |
|--|--------------|--------------|---------------------|
| Umsatzerlöse | 141,0 | 122,7 | +14,9 |
| Sonstige betriebliche Erträge | 249,4 | 326,4 | -23,6 |
| Materialaufwand | 8,7 | 7,7 | +13,0 |
| Personalaufwand | 46,5 | 67,9 | -31,5 |
| Abschreibungen | 2,0 | 1,3 | +53,8 |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen | 489,0 | 349,3 | +40,0 |
| Beteiligungsergebnis | 237,7 | 1.010,0 | -76,5 |
| Abschreibungen auf Finanzanlagen | 40,6 | 128,8 | -68,5 |
| Zinsergebnis | -0,1 | 5,2 | n.a. |
| Erträge aus Steuern vom Einkommen und vom Ertrag | -73,7 | -67,2 | -9,7 |
| Ergebnis nach Steuern | 114,9 | 976,5 | -88,2 |
| Erträge aus sonstigen Steuern | -5,1 | -6,9 | +26,1 |
| Jahresergebnis | 120,0 | 983,4 | -87,8 |

Die Ertragslage der TUI AG als Obergesellschaft des Konzerns bestimmt sich maßgeblich aus den Ergebnissen ihrer Konzerngesellschaften, die direkt über Ergebnisabführungsverträge mit ihr verbunden sind oder ihre Gewinne aufgrund von Beschlüssen an sie ausschütten.

UMSATZERLÖSE UND SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE

Der Anstieg der Umsatzerlöse des Geschäftsjahres resultierte im Wesentlichen aus gestiegenen Lizenzerlösen. Der Rückgang der

sonstigen betrieblichen Erträge war im Wesentlichen auf gegenüber dem Vorjahr gesunkene Erträge aus Kursgewinnen und geringere Rückstellungsaufösungen zurückzuführen. Diesen Erträgen standen Aufwendungen aus Kursverlusten gegenüber, die in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen ausgewiesen wurden. Weiterhin enthielten die sonstigen betrieblichen Erträge insbesondere Erträge aus konzerninternen Weiterbelastungen, denen aus anderen Konzernunternehmen an die TUI AG weiterbelastete Aufwendungen gegenüberstanden, die in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen gezeigt wurden.

AUFWENDUNGEN

Der Personalaufwand ist im Vergleich zum Geschäftsjahr 2018 gesunken. Die Aufwendungen für Altersversorgung haben sich im Wesentlichen aufgrund von geringeren Zuführungen zu den Pensionsrückstellungen vermindert. Der Rückgang der Löhne und Gehälter war insbesondere auf den Rückgang von Sonderzahlungen und Aktienoptionen aus Mehrjahresvergütungsmodellen für Mitglieder von Leitungsgremien zurückzuführen.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen umfassten im Wesentlichen Aufwendungen für den Finanz- und Geldverkehr, Honorare, Gebühren, Dienstleistungen, Zuführungen zu Wertberichtigungen, sonstige Verwaltungskosten sowie Aufwendungen aus Kursverlusten und aus der konzerninternen Verrechnung von Dienstleistungen. Geringeren Aufwendungen aus Kursverlusten standen Wertberichtigungen auf Forderungen gegenüber, die insgesamt zu einem Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen führten.

BETEILIGUNGSERGEBNIS

Im Vorjahr wurde das Beteiligungsergebnis besonders durch eine Ausschüttung der TUI Travel Holdings über die TUI Travel Ltd. im Rahmen des Erwerbs der TUI Nordic Holding AB dominiert. Im abgelaufenen Geschäftsjahr war das Beteiligungsergebnis der TUI AG maßgeblich durch Ausschüttungen der TUI Cruises GmbH geprägt. Darüber hinaus enthielt das Beteiligungsergebnis Erträge aus Ergebnisübernahmen von Hotelunternehmen sowie von Gesellschaften, die dem Zentralbereich zuzuordnen waren. Das Beteiligungsergebnis umfasste weiterhin Aufwendungen aus Verlustübernahmen von verbundenen Unternehmen, die zu einer entsprechenden Minderung des Beteiligungsergebnisses führten. Im Jahresvergleich sanken die Verlustübernahmen deutlich, während die Erträge aus Gewinnabführung leicht anstiegen.

ABSCHREIBUNGEN AUF FINANZANLAGEN

Die Abschreibungen auf Anteile an verbundenen Unternehmen betrafen im Berichtsjahr im Wesentlichen eine Tochtergesellschaft, die dem Zentralbereich zuzuordnen ist, sowie eine Hotelbeteiligung.

ZINSERGEBNIS

Der Rückgang des Zinsergebnisses resultierte im Wesentlichen aus einem Anstieg des Zinsaufwands für die Inanspruchnahme von kurzfristigen Verbindlichkeiten.

STEUERN

Die Erträge aus Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sowie die Erträge aus sonstigen Steuern von insgesamt 78,8 Mio. € resultiert im Wesentlichen aus im laufenden Geschäftsjahr durchgeführten Auflösungen von Steuerrückstellungen. Latente Steuern sind nicht enthalten.

JAHRESERGEBNIS

Für das Geschäftsjahr 2019 ergab sich ein Jahresüberschuss der TUI AG von 120,0 Mio. €.

Vermögens- und Finanzlage der TUI AG

Die Vermögens- und Finanzlage der TUI AG und ihre Bilanzstrukturen sind durch ihre Funktion als Obergesellschaft des TUI Konzerns geprägt. Die Bilanzsumme lag im Geschäftsjahr 2019 mit 10,4 Mrd. € auf dem Niveau des Vorjahres.

Kurzbilanz der TUI AG (HGB-Abschluss)

| Mio. € | 30.9.2019 | 30.9.2018 | Veränderung in % |
|---|-----------------|-----------------|---------------------|
| Immaterielle Vermögensgegenstände/ Sachanlagen | 49,3 | 21,9 | +125,1 |
| Finanzanlagen | 8.596,2 | 7.998,8 | +7,5 |
| Anlagevermögen | 8.645,5 | 8.020,7 | +7,8 |
| Forderungen | 1.554,2 | 1.470,5 | +5,7 |
| Finanzmittel | 155,1 | 889,3 | -82,6 |
| Umlaufvermögen | 1.709,3 | 2.359,8 | -27,6 |
| Rechnungsabgrenzungen | 0,4 | 0,5 | -20,0 |
| Aktiva | 10.355,2 | 10.381,0 | -0,2 |
| Eigenkapital | 5.508,1 | 5.801,5 | -5,1 |
| Sonderposten mit Rücklageanteil | 0,1 | 0,1 | - |
| Rückstellungen | 289,7 | 361,9 | -20,0 |
| Anleihen | 300,0 | 300,0 | - |
| Sonstige Verbindlichkeiten | 4.257,3 | 3.917,4 | +8,7 |
| Verbindlichkeiten | 4.557,3 | 4.217,4 | +8,1 |
| Passiva | 10.355,2 | 10.381,0 | -0,2 |

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS

Das Anlagevermögen bestand am Bilanzstichtag nahezu vollständig aus Finanzanlagen. Der Anstieg der Finanzanlagen ist insbesondere auf Kapitalerhöhungen bei der TUI Travel Ltd. sowie bei weiteren Tochtergesellschaften zurückzuführen. Der Anstieg der Sachanlagen

resultierte aus dem Zugang eines Gebäudes, das im Rahmen einer Anwachsung auf die TUI AG übergegangen ist.

ENTWICKLUNG DES UMLAUFVERMÖGENS

Der Rückgang des Umlaufvermögens um 27,6% auf 1.709,3 Mio. € entfiel im Wesentlichen auf den Rückgang der Finanzmittel, der von dem Anstieg der Forderungen teilweise kompensiert wurde. Der Rückgang der Finanzmittel resultierte aus der Gewinnausschüttung des Vorjahres sowie der Ausgabe von Darlehen an Tochtergesellschaften und aus im Berichtsjahr durchgeführten Kapitalerhöhungen bei Tochtergesellschaften.

Entwicklung der Kapitalstruktur der TUI AG**EIGENKAPITAL**

Das Eigenkapital der TUI AG verminderte sich um 293,4 Mio. € auf 5.508,1 Mio. €. Ursächlich für diesen Rückgang war die Ausschüttung der Dividende des Vorjahres in Höhe von 423,3 Mio. €, die von dem aktuellen Jahresüberschuss in Höhe von 120,0 Mio. € nur teilweise kompensiert wurde. Das gezeichnete Kapital der TUI AG besteht aus nennwertlosen Stückaktien, die jeweils in gleichem Umfang am Grundkapital beteiligt sind. Der auf eine einzelne Aktie entfallende anteilige Betrag des Grundkapitals beläuft sich auf rund 2,56 €. Das gezeichnete Kapital der TUI AG zum Ende des Geschäftsjahres 2019 stieg infolge der Begebung von Belegschaftsaktien. Zum Ende des Geschäftsjahres setzte sich das gezeichnete Kapital damit aus 589.020.588 Aktien zusammen. Die TUI AG hat im August 2019 gem. § 71 Abs. 1 Nr. 2 AktG 44.088 eigene Aktien zur Ausgabe an Mitarbeiter im Rahmen des Belegschaftsaktienprogramms erworben. Dies entspricht einem Erwerbsvolumen von 0,4 Mio. €.

Die Kapitalrücklage erhöhte sich im Geschäftsjahr 2019 durch die Ausgabe von Belegschaftsaktien und aktienbasierter Vergütung um insgesamt 7,0 Mio. €. Bei den Gewinnrücklagen handelte es sich ausschließlich um andere Gewinnrücklagen. Es bestanden keine satzungsmäßigen Bestimmungen zur Bildung von Rücklagen.

Der Jahresüberschuss betrug 120,0 Mio. €. Unter Berücksichtigung eines Gewinnvortrags von 1.374,1 Mio. € ergab sich ein Bilanzgewinn von 1.494,1 Mio. €. Der Hauptversammlung wird vorgeschlagen, den Bilanzgewinn des Geschäftsjahres für die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 0,54 € je Stückaktie zu verwenden und den nach Abzug der Dividendensumme von 318,1 Mio. € verbleibenden Betrag von 1.176,0 Mio. € auf neue Rechnung vorzutragen. Die Eigenkapitalquote sank im Geschäftsjahr 2019 auf 53,2% (Vorjahr 55,9%).

RÜCKSTELLUNGEN

Die Rückstellungen nahmen um 72,2 Mio. € auf 289,7 Mio. € ab. Sie setzten sich aus Rückstellungen für Pensionen in Höhe von 151,8 Mio. € (Vorjahr 144,5 Mio. €), Steuerrückstellungen in Höhe von 34,9 Mio. € (Vorjahr 122,6 Mio. €) und sonstigen Rückstellungen in Höhe von 103,0 Mio. € (Vorjahr 94,8 Mio. €) zusammen.

Die Pensionsrückstellungen und die Rückstellungen für Drohverluste aus der Bewertung von Devisentermingeschäften stiegen im abgelaufenen Geschäftsjahr an. Dieser Anstieg wurde durch einen Rückgang der Rückstellungen für Personalkosten und Auflösungen von Steuerrückstellungen überkompensiert.

Im Zuge aktueller BFH-Rechtsprechung und abgeschlossener Betriebsprüfungen wurden Neueinschätzungen der Steuerpositionen vorgenommen, die zu einer Rückstellungsauflösung von insgesamt 76,4 Mio. € führten.

VERBINDLICHKEITEN

Die Verbindlichkeiten der TUI AG betragen 4.557,3 Mio. € und nahmen um 339,9 Mio. € oder 8,1 % zu.

Im Oktober 2016 begab die TUI AG eine unbesicherte Anleihe in Höhe von 300,0 Mio. € mit einer Laufzeit bis zum Oktober 2021. Die Einnahmen aus der Begebung dieser Anleihe hat die TUI AG verwendet, um eine im September 2014 begebene fünfjährige Anleihe

vorzeitig zu kündigen und zurückzuzahlen. Im Juli 2018 ist die TUI AG unbesicherte Schuldscheinverbindlichkeiten mit Banken in Höhe von 425,0 Mio. € eingegangen. Sie dienen der allgemeinen Unternehmensfinanzierung und haben Laufzeiten zwischen fünf und zehn Jahren.

Der Anstieg der Verbindlichkeiten ist im Wesentlichen auf den Geschäftsverkehr der in den Cash Pool einbezogenen Tochtergesellschaften der TUI AG zurückzuführen.

Die Nettofinanzposition (Finanzmittel und Wertpapiere des Umlaufvermögens abzüglich Anleihen und Schuldscheindarlehen) verringerte sich gegenüber dem Vorjahr und belief sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf –569,9 Mio. €.

KAPITALBEVORRATUNGSBESCHLÜSSE

Angaben zu neuen und bestehenden Kapitalbevorratungsbeschlüssen der Hauptversammlungen sind im folgenden Kapitel Übernahmerechtliche Angaben zu finden.

ÜBERNAHMERECHTLICHE ANGABEN

gemäß § 289a Abs. 1 und § 315a Abs. 1 HGB und erläuternder Bericht

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

Das gezeichnete Kapital der TUI AG besteht aus nennwertlosen Stückaktien, die jeweils in gleichem Umfang am Grundkapital beteiligt sind. Der auf eine einzelne Aktie rechnerisch entfallende anteilige Betrag des Grundkapitals beläuft sich auf rund 2,56 €.

Das in den Handelsregistern der Amtsgerichte Berlin-Charlottenburg und Hannover eingetragene gezeichnete Kapital der TUI AG setzte sich zum Ende des Geschäftsjahres 2019 aus 589.020.588 Aktien zusammen (Vorjahr 587.901.304 Aktien) und betrug insgesamt 1.505.807.222,51 €. Jede Aktie gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme.

BESCHRÄNKUNGEN, DIE STIMMRECHTE ODER DIE ÜBERTRAGUNG VON AKTIEN BETREFFEN

Beschränkungen, die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen, sind dem Vorstand der TUI AG nicht bekannt.

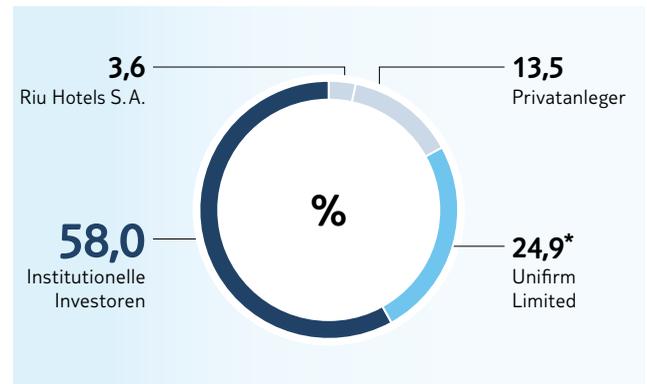
BETEILIGUNGEN AM KAPITAL, DIE 10 % DER STIMMRECHTE ÜBERSCHREITEN

Folgende direkte oder indirekte Beteiligungen am Kapital der Gesellschaft, die 10 % der Stimmrechte erreichen oder überschreiten, sind dem Vorstand der TUI AG gemeldet worden:

Die Unifirm Limited, Zypern, hielt zum 30. September 2019 24,95 % der Stimmrechtsanteile an der TUI AG. Die Unifirm Limited wird laut einer Stimmrechtsmitteilung vom 21. Juni 2019 durch die KN-Holding Limited Liability Company, Cherepovets, Russische Föderation, kontrolliert.

Aktionärsstruktur (30.9.2019)

in %



*24,95 %.

Zum Ende des Geschäftsjahres 2019 befanden sich rund 75 % der TUI Aktien im Streubesitz. Etwa 13 % aller TUI Aktien entfielen auf Privataktionäre, 58 % auf institutionelle Investoren sowie Finanzinstitute und etwa 29 % lagen in den Händen von strategischen Investoren.

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen, bestanden und bestehen nicht.

Art der Stimmrechtskontrolle, wenn Arbeitnehmer am Kapital beteiligt sind und ihre Kontrollrechte nicht unmittelbar ausüben

Soweit die TUI AG im Rahmen ihres Mitarbeiteraktienprogramms Aktien an die Mitarbeiter ausgibt, werden die Aktien den Mitarbeitern (teilweise mit einer unternehmensseitigen Sperrfrist) unmittelbar übertragen. Die begünstigten Mitarbeiter können die ihnen aus den Mitarbeiteraktien zustehenden Kontrollrechte wie andere Aktionäre unmittelbar nach Maßgabe der gesetzlichen Vorschriften und der Bestimmungen der Satzung ausüben.

Ernennung und Abberufung der Vorstandsmitglieder und Änderung der Satzung

Die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands richten sich nach §§ 84 f. AktG in Verbindung mit § 31 MitbestG. Satzungsänderungen erfolgen nach den Regelungen der §§ 179 ff. AktG in Verbindung mit § 24 der Satzung der TUI AG.

Befugnisse des Vorstands zur Aktienausgabe oder zum Aktienrückkauf

Die Hauptversammlung vom 12. Februar 2019 hat den Vorstand der TUI AG ermächtigt, gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG, eigene Aktien in einem Volumen von bis zu 5 % des Grundkapitals zu erwerben. Die Ermächtigung gilt bis zum 11. August 2020. Von der Möglichkeit, auf Grundlage dieses Beschlusses eigene Aktien zu erwerben, wurde bisher kein Gebrauch gemacht.

Auf der Hauptversammlung vom 13. Februar 2018 wurde ein genehmigtes Kapital zur Ausgabe von Belegschaftsaktien über 30,0 Mio. € beschlossen. Der Vorstand der TUI AG ist ermächtigt, dieses genehmigte Kapital bis zum 12. Februar 2023 einmal oder mehrmals durch die Ausgabe von Belegschaftsaktien gegen Bareinlage zu nutzen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden 1.119.284 neue Belegschaftsaktien ausgegeben, sodass das genehmigte Kapital zum Bilanzstichtag noch rund 25,8 Mio. € beträgt.

Die Hauptversammlung am 9. Februar 2016 hat ein bedingtes Kapital zur Ausgabe von Schuldverschreibungen in Höhe von 150,0 Mio. € beschlossen. Die Ermächtigung zur Begebung von Teilschuldverschreibungen mit Wandel- oder Optionsrechten sowie Genussrechten und Gewinnschuldverschreibungen (mit und ohne Laufzeitbegrenzung) ist auf einen Nominalbetrag von 2,0 Mrd. € beschränkt und bis zum 8. Februar 2021 befristet.

Weiterhin hat die Hauptversammlung vom 9. Februar 2016 eine Ermächtigung zur Ausgabe neuer, auf den Namen lautender Aktien gegen Bareinlagen um insgesamt höchstens 150,0 Mio. € beschlossen. Diese Ermächtigung hat eine Gültigkeit bis zum 8. Februar 2021.

Ebenfalls auf der Hauptversammlung am 9. Februar 2016 ist ein Beschluss zur Schaffung eines genehmigten Kapitals zur Ausgabe neuer Aktien gegen Bar- oder Sacheinlagen in Höhe von 570,0 Mio. € gefasst worden. Die Ausgabe neuer Aktien gegen Sacheinlagen ist auf 300,0 Mio. € beschränkt. Die Ermächtigung für dieses genehmigte Kapital endet am 8. Februar 2021.

Von den Ermächtigungen aus 2016 wurde bisher kein Gebrauch gemacht.

→ *Vergleiche den Abschnitt Gezeichnetes Kapital im Konzernanhang auf Seite 220 sowie den Abschnitt Gezeichnetes Kapital im Jahresabschluss der TUI AG (Angabe gemäß § 160 (1) Nr. 2 AktG).*

Wesentliche Vereinbarungen der Gesellschaft, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots stehen, und die hieraus folgenden Wirkungen

Die ausstehenden Finanzierungsinstrumente enthalten zum Teil Klauseln für den Fall eines Kontrollwechsels (Change of Control). Ein Kontrollwechsel liegt insbesondere dann vor, wenn ein Dritter direkt oder indirekt die Kontrolle über mindestens 50 % oder die Mehrheit der stimmberechtigten Aktien der TUI AG erwirbt.

Im Falle eines Kontrollwechsels muss den Gläubigern der Schuldscheindarlehen über 425,0 Mio. € und der festverzinslichen Anleihe über 300,0 Mio. € der Rückkauf angeboten werden. Für die syndizierte Kreditfazilität in Höhe von 1,75 Mrd. € (inklusive Avale), die zum Bilanzstichtag mit 105,3 Mio. € mittels der Inanspruchnahme von Bankavalen ausgenutzt war, ist im Falle des Kontrollwechsels ein Kündigungsrecht seitens der Kreditgeber vorgesehen. Entsprechendes gilt auch für mehrere bilaterale Avallinien in einem Gesamtvolumen von 139,4 Mio. £, die mit verschiedenen Versicherungsgesellschaften abgeschlossen wurden und die zum Bilanzstichtag mit 29,2 Mio. £ in Anspruch genommen waren.

Darüber hinaus bestehen keine Vereinbarungen in Garantien, Leasing-, Options- und anderen Finanzierungsverträgen, die umfangreiche vorzeitige Rückzahlungsverpflichtungen auslösen könnten, die für die Liquidität des Konzerns von erheblicher Bedeutung wären.

Neben den vorgenannten Finanzierungsinstrumenten beinhaltet eine Rahmenvereinbarung zwischen der Familie Riu und der TUI AG eine Klausel für den Fall eines Kontrollwechsels bei der TUI AG. Ein Kontrollwechsel liegt vor, wenn eine definierte Hauptversammlungspräsenzmehrheit einer Aktionärsgruppe besteht bzw. wenn ein Drittel der Vertreter der Anteilseigner im Aufsichtsrat einer Aktionärsgruppe zuzurechnen ist. Im Falle des Kontrollwechsels hat die Familie Riu das Recht, von der TUI mindestens 20 % und maximal sämtliche von der TUI gehaltenen Anteile an der RIUSA II S. A. zu erwerben. Eine entsprechende Vereinbarung hinsichtlich eines Kontrollwechsels bei der TUI AG besteht mit der El Chiaty Group. Ein Kontrollwechsel liegt auch hier vor, wenn eine definierte Hauptversammlungspräsenzmehrheit einer Aktionärsgruppe besteht bzw. wenn ein Drittel der Vertreter der Anteilseigner im Aufsichtsrat einer Aktionärsgruppe zuzurechnen ist. Die El Chiaty Group hat in diesem Fall das Recht, von der TUI jeweils mindestens 15 % und maximal alle von der TUI gehaltenen Anteile an den gemeinsamen Hotelgesellschaften in Ägypten und den Vereinigten Arabischen Emiraten zu erwerben. Für das Joint Venture TUI Cruises GmbH zwischen Royal Caribbean Cruises Ltd. und der TUI AG wurde ebenfalls eine Vereinbarung für den Fall eines Kontrollwechsels bei der TUI AG getroffen. Sie beinhaltet für den Partner das Recht, eine Auflösung des Joint Venture zu verlangen und den Anteil der TUI AG unter gewissen Umständen zu einem gegenüber dem Verkaufspreis für den eigenen Anteil reduzierten Kaufpreis zu erwerben.

Entschädigungsvereinbarungen der Gesellschaft mit Vorstandsmitgliedern oder Arbeitnehmern für den Fall eines Übernahmeangebots bestehen nicht.

TUI AKTIE

In den vergangenen fünf Jahren zeigte die TUI Aktie insgesamt einen positiven Verlauf. So stieg der Total Shareholder Return (TSR) der Aktie seit der Ankündigung des Zusammenschlusses mit TUI Travel im Juni 2014 um 13 %, blieb jedoch hinter dem FTSE 100 (+ 35 %) und dem DAX 30 (+ 25 %) zurück. Positive Treiber waren in diesem Zusammenhang die Realisierung der angekündigten Merger-Synergien, die Transformation zu einem führenden Anbieter von Urlaubsprodukten sowie die Initiierung wichtiger Digitalisierungsinitiativen. Die im Vergleich zu den Indizes schwächere Entwicklung der TUI Aktie wurde maßgeblich durch das Geschäftsjahr 2019 geprägt, welches von zahlreichen externen Herausforderungen im Bereich Märkte & Airlines gekennzeichnet war.

Externe Faktoren setzen die TUI Aktie im Geschäftsjahr 2019 unter Druck

Die TUI Aktie startete mit einem Kurs von 16,56 € in das Geschäftsjahr. Schon zu Beginn prägten zahlreiche Veröffentlichungen eingetribter Ergebnisprognosen von Unternehmen der Touristikbranche das Marktumfeld. Eine deutliche Kurskorrektur zeigte sich im weiteren Verlauf durch die Anpassung der TUI Ergebnisprognose am 6. Februar 2019. Diese basierte vor allem auf drei Ursachen: So führten negative Auswirkungen des heißen Sommers 2018 zu kurzfristigeren Buchungen und schwächeren Margen im Geschäftsbereich Märkte & Airlines. Darüber hinaus resultierte eine Nachfrageverlagerung vom westlichen zum östlichen Mittelmeerraum in Überkapazitäten für bestimmte Destinationen wie die Kanarischen Inseln. Zudem erschwerte die anhaltende Schwäche des Britischen Pfund infolge der Diskussionen um den Brexit den Verkauf von Reisen an britische Kunden zu verbesserten Margen.

Ab Mitte März 2019 belastete zusätzlich das Flugverbot für die Boeing 737 Max den TUI Aktienkurs und führte zu einer erneuten

Anpassung der Prognose für das bereinigte EBITA. Aufgrund des Flugverbots hatte die TUI Maßnahmen getroffen, um die Urlaubsreisen der Kunden zu gewährleisten. Die Ungewissheit darüber, wann der Flugzeugtyp von den Aufsichtsbehörden wieder freigegeben werden würde, stand einer Kurserholung entgegen und auch die anhaltenden Brexit-Diskussionen sorgten immer wieder für Verunsicherung.

Zum Ende des Geschäftsjahres drehte die Aktie wieder ins Plus und profitierte von dem Marktaustritt eines wichtigen Wettbewerbers und der Bestätigung der operativen Ergebnisprognose des TUI Konzerns auf Basis konstanter Wechselkurse in unserem Buchungs-Update im September 2019. In einem von externen Herausforderungen geprägten Umfeld war die Sommersaison erfolgreich und im Rahmen der Erwartungen verlaufen. Der Bereich Urlaubserlebnisse erzielte starke Ergebnisse und das vertikal integrierte Geschäftsmodell erwies sich einmal mehr als robust.

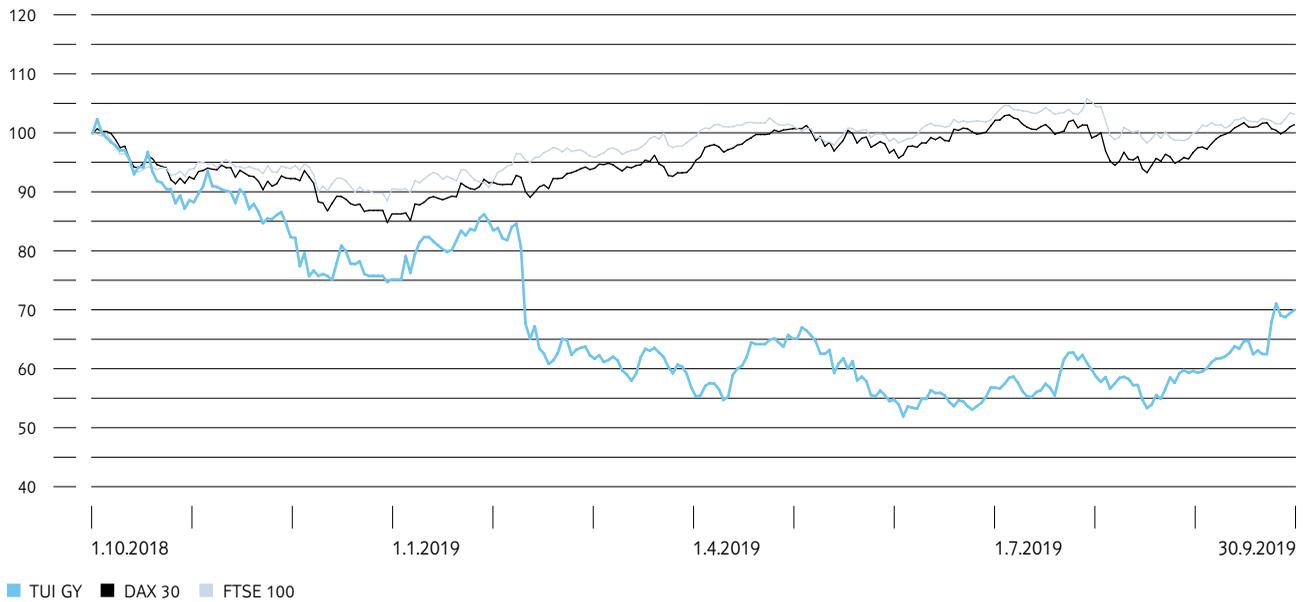
Angaben zur TUI Aktie

30. September 2019

| | |
|----------------------|--|
| WKN | TUAG00 |
| ISIN | DE000TUAG000 |
| Börsenplätze | London, Xetra, Hannover |
| Reuters/Bloomberg | TUIGn.DE / TUI1.GR (Frankfurt am Main); TUIT.L / TUI:LN (London) |
| Aktiengattung | Namens-Stammaktien |
| Grundkapital | € 1.505.807.223 |
| Anzahl der Aktien | 589.020.588 |
| Marktkapitalisierung | Mrd. € 6,3 |
| Marktkapitalisierung | Mrd. £ 5,6 |

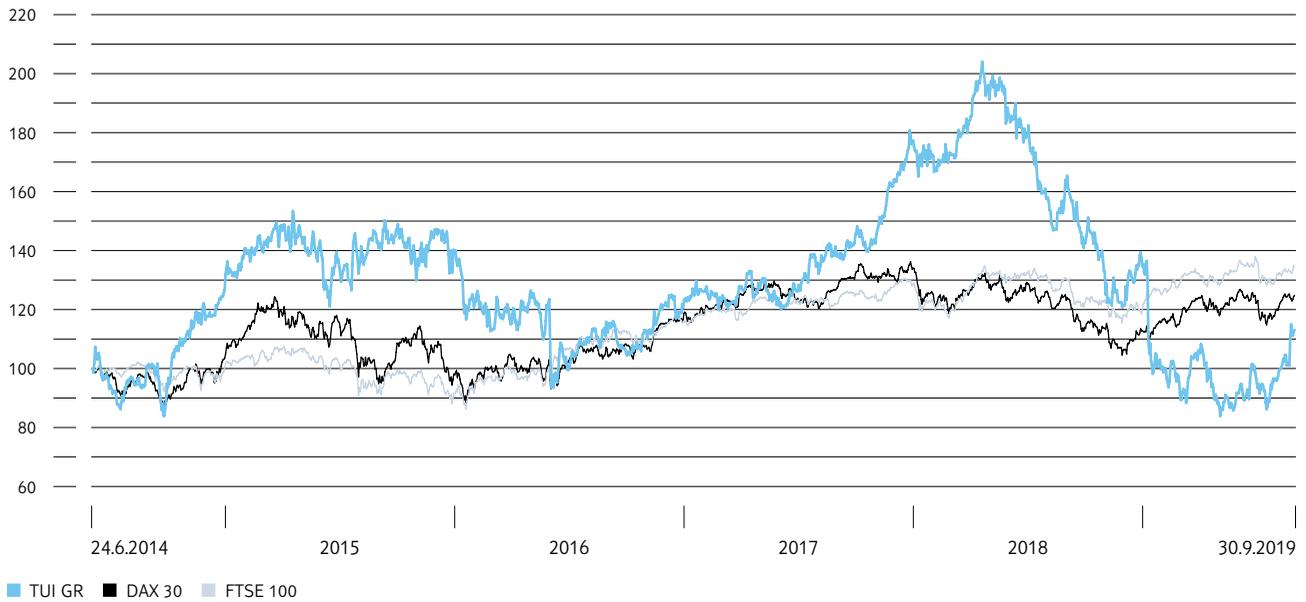
Kursverlauf der TUI Aktie (GESCHÄFTSJAHR 2019)

in %



Kursverlauf seit Ankündigung des Zusammenschlusses der TUI AG mit der TUI Travel PLC

in %



Langfristige Kursentwicklung der TUI Aktie (Xetra)

| € | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Höchstkurs | 17,71 | 17,21 | 14,90 | 20,66 | 16,56 |
| Tiefstkurs | 9,84 | 10,17 | 11,46 | 14,34 | 7,87 |
| Jahresendkurs | 16,35 | 12,69 | 14,38 | 16,56 | 10,67 |

Notierungen, Indizes und Handel

Die TUI Aktie hat ihre Hauptnotiz im Premiumsegment des Main Market der Londoner Börse und notiert in der FTSE-UK-Indexserie einschließlich des FTSE 100, des bedeutendsten britischen Aktienindex. Darüber hinaus ist sie mit einer Zweitnotiz im elektronischen Handelssystem Xetra sowie an der Börse Hannover gelistet.

Da die TUI Aktien neben ihrer Notierung an der Londoner Börse auch zum Handel an einem regulierten Markt in Deutschland zugelassen sind, fällt TUI in den Anwendungsbereich des Wertpapiererwerbs- und Übernahmegesetzes und wird diesbezüglich allein von der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht beaufsichtigt.

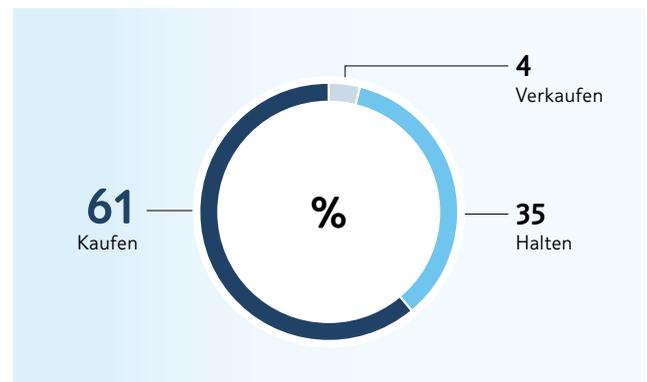
TUI ist zudem im Nachhaltigkeitsindex FTSE4Good und im Ethibel Sustainability Index (ESI) gelistet. 2019 wurde TUI von RobecoSam in das Sustainability Yearbook mit der Auszeichnung ‚Bronze Class‘ aufgenommen. TUI wurde im Rahmen des CDP Climate Change 2018 als eines der führenden Unternehmen bewertet und nahm in 2019 erneut an der Bewertung durch das CDP Climate Change teil.

Im Geschäftsjahr 2019 betrug das durchschnittliche Handelsvolumen pro Tag an der Londoner Börse rund 1,9 Mio. Stück, während im Xetra täglich rund 1,5 Mio. Stück gehandelt wurden. Bezogen auf alle Handelsplattformen umfasste das tägliche Volumen in Großbritannien rund 4,2 Mio. und in der Euro-Linie ca. 2,4 Mio. Aktien. Somit verzeichnete sowohl die Pfund- als auch die Euro-Linie eine hohe Liquidität für den Handel von institutionellen und privaten Investoren.

Analystenempfehlungen

Analystenempfehlungen (30.9.2019)

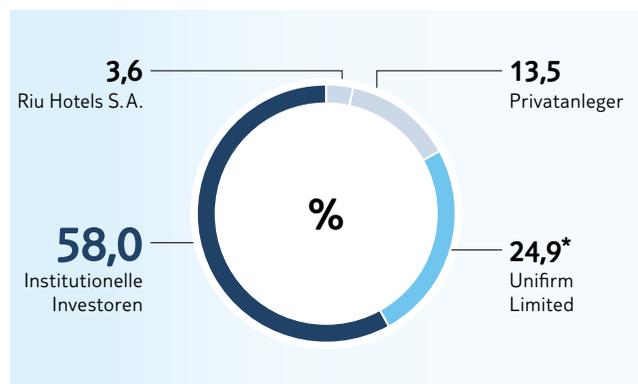
in %



Analysen und Empfehlungen von Finanzanalysten sind Entscheidungsgrundlage für institutionelle sowie private Investoren. Im Berichtsjahr veröffentlichten mehr als 20 Analysten regelmäßig Studien zur TUI Group. Im September 2019 empfahlen 61 % das TUI Papier zum „Kauf“, 35 % votieren für „Halten“ und ein Analyst empfahl die Aktie zu „Verkaufen“.

Aktionärsstruktur

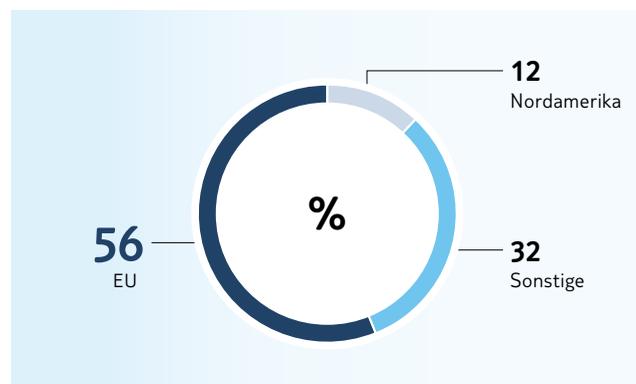
Aktionärsstruktur (30.9.2019) in %



* 24,95 %.

Zum Ende des Geschäftsjahres 2019 befanden sich rund 75 % der TUI Aktien im Streubesitz. Etwa 13 % aller TUI Aktien entfielen auf Privataktionäre, rund 58 % auf institutionelle Investoren sowie Finanzinstitute und etwa 29 % lagen in den Händen von strategischen Investoren.

Geografische Aktionärsstruktur (30.9.2019) in %



Die aktuelle Aktionärsstruktur und die Stimmrechtsmitteilungen nach § 33 WpHG online: www.tuigroup.com/de-de/investoren/aktie/aktionaersstruktur und www.tuigroup.com/de-de/investoren/news

Dividendenpolitik

Ergebnis- und Dividendenentwicklung der TUI Aktie

| € | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Ergebnis je Aktie | +0,64 | +1,78 | +1,10 | +1,25 | +0,71 |
| Dividende | 0,56 | 0,63 | 0,65 | 0,72 | 0,54 |

Die im Rahmen des Zusammenschlusses mit TUI Travel definierte Dividendenpolitik findet auch für das Geschäftsjahr 2019 Anwendung. Danach entwickelt sich die Dividende im Einklang mit dem bereinigten EBITA auf Basis konstanter Wechselkurse. Entsprechend

wird der Hauptversammlung vorgeschlagen, für das Geschäftsjahr 2019 eine Dividende in Höhe von 0,54 € je Stückaktie an die Aktionäre auszuschütten.

(Investor Relations)*

Das TUI Investor Relations-Team setzt auf einen offenen und kontinuierlichen Dialog sowie eine transparente Kommunikation mit Privataktionären, institutionellen Investoren, Equity- und Credit-Analysten sowie Kreditgebern. In einer Vielzahl von Gesprächen wurden die Konzernstrategie und die Geschäftsentwicklung in den einzelnen Unternehmensbereichen diskutiert, damit die Anspruchsgruppen eine realistische Einschätzung der zukünftigen Entwicklung der TUI Aktie vornehmen können.

Die Konversationen im Geschäftsjahr 2019 konzentrierten sich dabei vorrangig auf folgende Themen:

- Die vier strategischen Initiativen der TUI Group: Ausbau des vertikal integrierten Hotel- und Kreuzfahrtgeschäfts zur Steigerung der Kapitalrendite; Sicherung und nach Möglichkeit Ausbau der starken Positionen im Geschäftsbereich Märkte & Airlines; Erzielung weiterer Skaleneffekte in neuen Märkten durch die neue GDN-OTA-Plattform sowie Erzielung weiterer Skaleneffekte bei Zielgebietserlebnissen mit der neuen Ausflüge & Aktivitäten Plattform.
- Die operative Entwicklung in den Geschäftsbereichen Urlaubserlebnisse sowie Märkte & Airlines. Die Anspruchsgruppen honorierten den Konzernumbau und die Transformation zu einem integrierten Tourismusunternehmen, sichtbar in der starken Entwicklung des Hotel-, Kreuzfahrt- und Zielgebietserlebnissbereichs, konzentrierten sich in diesem herausfordernden Markt-

und Wettbewerbsumfeld aber vor allem auf Fragen zum Märkte & Airlines-Geschäftsbereich.

- Die aktuelle Sachlage rund um das Flugverbot für die Boeing 737 Max mit den entsprechenden Konsequenzen für die Ergebnisprognose sowie den Stand der Diskussionen mit Boeing und den relevanten Aufsichtsbehörden.
- Die Auswirkungen der Nachhaltigkeitsdiskussionen auf das Geschäftsmodell und das Nachfrageverhalten der Konsumenten; die Entwicklung der Kundenzufriedenheit und der Weiterempfehlungsraten.

Wie gewohnt suchte das Führungsteam der TUI den Dialog mit den Investoren auf Roadshows und Konferenzen in London, Frankfurt am Main, Berlin, München, Hamburg, Warschau, Zürich, Wien, Mailand, Lugano, Madrid, Amsterdam, Brüssel, Paris, Oslo, Kopenhagen, Tokio, Sydney und New York.

Daneben legt das TUI Investor Relations-Team großen Wert auf den direkten Kontakt mit den Privatanlegern. So präsentierten die IR-Mitarbeiter die TUI Group im Rahmen von Veranstaltungen der Aktionärsvereinigungen und beantworteten hier Fragen dieser Zielgruppe. Eine weitere bedeutende Plattform für den Dialog mit Privataktionären war zudem der IR-Stand auf der Hauptversammlung. Darüber hinaus wendet sich die TUI mit einem umfassenden Informationsangebot auf ihrer Website an Analysten, Investoren sowie private Anleger und hat unter anderem alle Ergebnis-Telefonkonferenzen live übertragen.

*Dieser Text war nicht Gegenstand der Abschlussprüfung.