

Abseits der traditionellen Routen: Die einzigartige Natur entlegener Polarregionen bietet Urlaubern das gewisse Etwas. Möglich werden diese Reisen der besonderen Art mit den Expeditionsschiffen der TUI.

»

**MEHR ÜBER DIE FASZINATION ARKTIS LESEN SIE
IM MAGAZIN UNTER „AUF INS EIS“.**



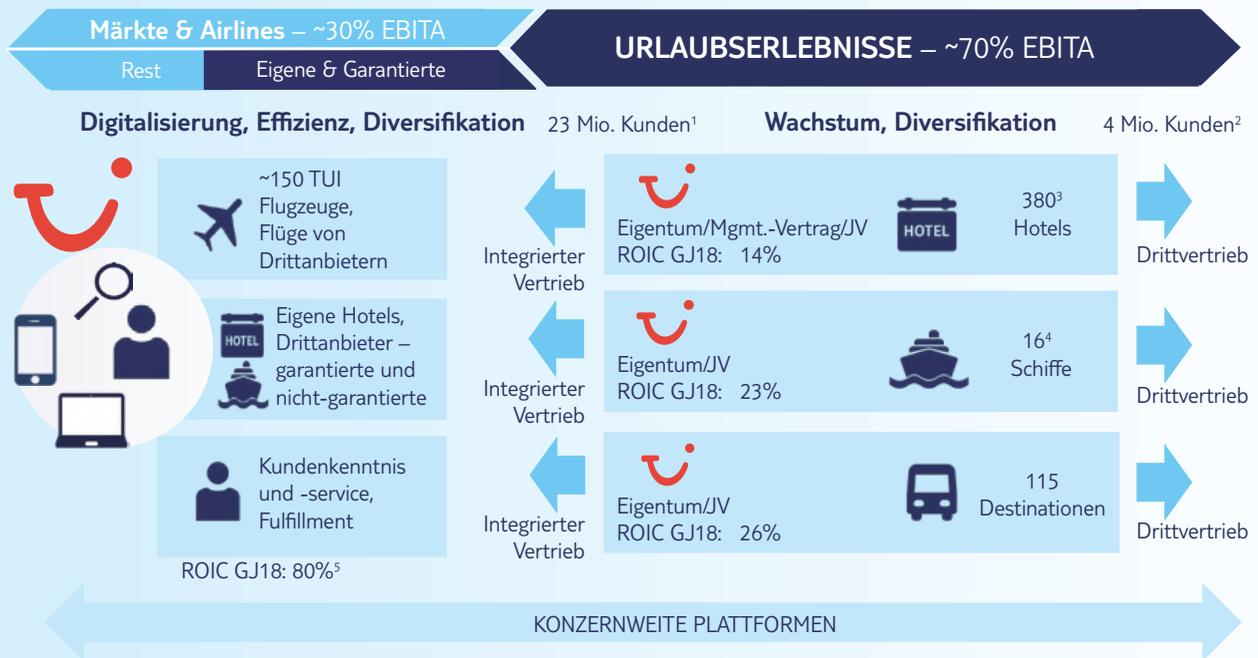
ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT*

- | | |
|--|---|
| 28 TUI Group Strategie | 63 Ertragslage des Konzerns |
| 32 Grundlagen der TUI Group | 67 Geschäftsentwicklung in den Segmenten |
| 32 Wie wir aufgestellt sind – Konzernstruktur | 73 Vermögenslage des Konzerns |
| 35 Wertorientierte Konzernsteuerung | 75 Finanzlage des Konzerns |
| 40 Risikobericht | 82 Nichtfinanzielle Konzernerklärung |
| 56 Gesamtaussage des Vorstands und
Prognosebericht | 100 Jahresabschluss der TUI AG |
| 60 Wirtschaftsbericht | 103 TUI Aktie |
| 60 Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene
Rahmenbedingungen | 108 Übernahmerechtliche Angaben |

* Der vorliegende zusammengefasste Lagebericht umfasst neben dem TUI Konzern auch die TUI AG. Er wurde gemäß § 289, 289a, § 315 und § 315a Handelsgesetzbuch (HGB) sowie nach den Deutschen Rechnungslegungsstandards (DRS) Nr. 17 und 20 aufgestellt.

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

TUI GROUP STRATEGIE



¹ 21 Mio. Kunden bei Märkte & Airlines + 2 Mio. Kunden aus Kreuzfahrten und JVs aus Kanada und Russland = 23 Mio.

² 4 Mio. Kunden bei unseren Hotels & Resorts und Kreuzfahrtmarken via Direktbuchung oder über Kanäle von Drittanbietern

³ Beinhaltet eigene und im Eigentum von Drittanbietern befindliche Konzepthotels, Stand: Geschäftsjahresende 2018.

⁴ Stand: Geschäftsjahresende 2018.

⁵ Der Wert bezieht sich auf Märkte & Airlines sowie Alle übrigen Segmente.

Strategie & Geschäftsmodell

Im letzten Jahrzehnt übertraf das Marktwachstum bei Urlaubsreisen konstant den Anstieg der weltweiten Produktionsleistung. Es wird erwartet, dass dieser Markt auch in Zukunft sehr attraktiv bleiben wird. Der traditionelle Reiseveranstalter- und Pauschalreisemarkt bleibt allerdings weiterhin sehr wettbewerbsintensiv. Auch Online-Reisebüros kombinieren jetzt für ihre Kunden Hotel- und Flugangebote durch dynamische Paketierung. Darüber hinaus bieten auch Fluglinienbetreiber die Zusatzleistung von Urlaubsunterkünften an, immer stärker durch den direkten Einkauf gesteuert, um so ihre eigenen Flugkapazitäten höher auszulasten. Zudem ist mit dem Markteintritt weiterer Teilnehmer zu rechnen, zum Beispiel von globalen Technologieunternehmen.

Vor diesem Hintergrund hat sich TUI strategisch vom traditionellen Reiseveranstaltermodell wegbewegt und zu einem integrierten Anbieter von Urlaubserlebnissen entwickelt. Wir haben in unser eigenes, kontrolliertes Produktportfolio investiert, um dadurch attraktive Urlaubserlebnisse für unsere Kunden zu schaffen. Dies stellt einen wichtigen Differenzierungsfaktor gegenüber unseren Wettbewerbern dar. Ein TUI Kunde kann sich von der TUI Produktvielfalt inspirieren lassen, bei TUI buchen und kann dann einen TUI Flug, einen TUI Transfer in das Zielgebiet, ein TUI Hotel oder eine TUI Kreuzfahrt sowie TUI Aktivitäten im Zielgebiet als Teil unseres integrierten Produktangebots erleben. Wir bieten unseren Kunden somit einen ganzheitlichen und nahtlosen Urlaub aus einer Hand und erhalten dadurch präzise Informationen darüber, was unseren Kunden im gesamten Urlaubserlebnis wichtig ist. Dies unterstützt uns bei unserem Ziel, die Individualisierung unserer Angebote weiter voranzutreiben. Bei Betrachtung der gesamten Customer Journey stammen rund 70% unseres bereinigten EBITA aus eigenen und fest kontrahierten, differenzierten Produkten.

URLAUBSERLEBNISSE

TUI betreibt weltweit 380 Hotels und 16 Kreuzfahrtschiffe im Rahmen von Eigentum, JV-, Management-, Lease- oder Franchise-Verträgen und hat mit 150.000 Exkursions- und Aktivitätsangeboten eine starke Position auf dem wachsenden Markt für Touren und Aktivitäten inne. Unser differenziertes Hotel- und Clubmarkenportfolio, unsere attraktiv positionierten deutschen und britischen

Kreuzfahrtmarken sowie unser globales Tour- und Ausflugsgeschäft in den Destinationen sind gut diversifiziert, um unsere Risiken zu reduzieren.

➔ *Details siehe ab Seite 32.*

Dank unserer starken und zukünftig vollständig digitalisierten Risikomanagement-Tools in Vertrieb und Einkauf können wir die Auslastung unserer Kapazitäten und den Ertrag optimieren. 23 Mio. Kunden kommen über unsere Märkte (einschließlich Joint Ventures in Kanada und Russland); ergänzt werden sie durch 4 Mio. Kunden, die entweder direkt durch unsere Anbieter von Urlaubserlebnissen oder über Dritte gewonnen werden. Eine optimierte und in der Zukunft vollständig dynamische Allokation von etwa 100 Mio. Bettennächten sowie das Einkaufsvolumen von Drittanbieter-Hotelbetten in Höhe von rund 5 Mrd. € weltweit werden zu unserer Ertragsmaximierung beitragen. Unsere Strategie ist es, weiterhin in das Wachstum und die Diversifikation des Hotel- und Kreuzfahrtportfolios zu investieren. Dies führt zu einer verringerten Saisonalität unseres Geschäfts und verbesserten Margen. Zukünftig hat die Entwicklung eines neuen Hotelclusters in Südostasien strategische Priorität. Darüber hinaus sind für die kommenden Jahre neue Schiffslieferungen vorgesehen.

Der weltweit wachsende und überwiegend von Offline-Anbietern geprägte Markt für Touren und Aktivitäten hat ein Volumen von mehr als 150 Mrd. € und ist mit über 300.000 Anbietern stark fragmentiert. Er bietet uns starke Wachstums- und Konsolidierungsmöglichkeiten. Durch den Erwerb der Sparte Destination Management von Hotelbeds und des Technologieplattformspezialisten Musement bauen wir ein führendes, digitalisiertes Zielgebietserlebnis-Geschäft auf. Wir sind in 49 Ländern tätig und haben ab dem Geschäftsjahr 2019 über 150.000 Exkursionen und Aktivitäten in den Destinationen im Bestand für unsere eigenen Kunden und Kunden Dritter. Dies ermöglicht es uns, unseren 27 Mio. Kunden Ausflüge und Aktivitäten anzubieten, insbesondere noch vor ihrer Ankunft am Zielort. Das Vertrauen der Kunden in unsere Marke und unser starker Kundenservice erlauben es uns, die Erwartungen unserer Gäste, von der Buchung bis zur Zahlung, zu erfüllen.

MÄRKTE & AIRLINES

TUI betreibt europaweit ein kundenorientiertes und diversifiziertes Vertriebs- und Dienstleistungsgeschäft. Wir kombinieren unser großes Markt- und Kundenwissen mit Services, um die Kundenzufriedenheit und -bindung zu steigern. Einkauf und Paketierung werden zunehmend über unsere digitalen Plattformen gesteuert und unsere Fluggesellschaften, gestützt von Drittanbietern, verknüpfen wir passend zur Kundennachfrage mit unseren eigenen sowie dritten, teilweise fest kontrahierten Hotel- und Kreuzfahrtangeboten.

Die Verbesserung der Effizienz durch die Harmonisierung dieser regionalen Marktsegmente, inklusive der jeweiligen Fluglinien, ist eine wichtige strategische Priorität.

Darüber hinaus beabsichtigen wir, unsere bestehende Marktposition weiter zu diversifizieren. Über unsere touristischen Online-Plattformen LTE verfolgen wir eine risikoarme Einstiegsstrategie. Durch die zusätzliche Nachfrage aus neuen Quellmärkten können wir die Auslastung der Risikokapazitäten unseres Geschäftsbereichs Urlaubserlebnisse verbessern.

GROUP-PLATTFORMEN

Durch unsere Konzernplattforminitiativen, insbesondere im Bereich IT und im digitalisierten Kundenbeziehungsmanagement, können wir die Rendite des Konzerns erhöhen. Die Individualisierung unserer Angebote und die Ermittlung der Next Best Activity für unsere Kunden, ermöglicht durch unser integriertes Produkt- und Distributionsgeschäft, soll die Zufriedenheit unserer Kunden verbessern und gleichzeitig unsere Nebenerträge steigern – eine Win-win-Situation. Beispielsweise können unsere Kunden mit Hilfe des „Select your Room“-Angebots ein spezifisches und bevorzugtes Hotelzimmer buchen. Das heißt, dass bei unserer Preisgestaltung die Bepreisung von Zimmerkategorien von einer individualisierten Zimmerbepreisung abgelöst wird.

Wir heben uns durch den integrierten und doppelt diversifizierten Charakter unseres Geschäfts vom Wettbewerb ab. Unser integriertes Geschäftsmodell erweist sich als robust und bietet Flexibilität, um auf externe Herausforderungen in unseren Märkten & Airlines oder Destinationen zu reagieren.

Unsere Mitarbeiter

Qualifizierte und engagierte Mitarbeiter sind für die TUI AG eine wichtige Voraussetzung für langfristigen Erfolg. Wir möchten ein attraktiver Arbeitgeber sein, bei dem sich die Mitarbeiter mit Leidenschaft und ihrer Persönlichkeit einbringen. Daher ist ein Schwerpunkt unserer globalen HR-Strategie, Talente zu gewinnen, zu fördern und durch attraktive Arbeitsbedingungen langfristig zu halten. Unser Engagement Index* liegt in 2018 mit 76 um einen Punkt unter dem Wert des Vorjahres. 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.

Darüber hinaus stellt auch die digitale Transformation unsere Mitarbeiter vor technische, kulturelle und organisatorische Herausforderungen. Gleichzeitig bietet die Digitalisierung aber auch Chancen für eine individuelle Lebens- und Arbeitsgestaltung. Diesen Anforderungen und dem permanenten Wandel der Arbeitswelten möchten wir aktiv begegnen und die Zukunft gemeinsam gestalten.

* Der Engagement Index setzt sich zusammen aus dem individuellen Commitment sowie dem Teamcommitment unserer Mitarbeiter. Unter individuellem Commitment versteht man neben der Gesamtzufriedenheit auch die Weiterempfehlungsbereitschaft, den Stolz, für ein Unternehmen zu arbeiten, sowie den Glauben an dessen Zukunftsfähigkeit.

Kapitalallokation

Wir werden weiterhin innerhalb eines klar definierten und disziplinierten Rahmens für Kapitalallokation operieren. Unsere starke Cash-Generierung ermöglicht es uns, zu investieren, Dividenden zu zahlen und die Bilanz zu stärken. Seit unserem Unternehmenszusammenschluss haben wir Veräußerungserlöse in Höhe von rund 2 Mrd. € erzielt, die wir vorrangig in unsere Geschäfte mit höheren Margen, mit einer verbesserten Saisonalität und mit qualitativ besseren Urlaubserlebnissen reinvestiert haben. Unsere ROIC-Erfolgshürde für Wachstumsinvestitionen beträgt dabei durchschnittlich mindestens 15%. Darüber hinaus investieren wir über abgegrenzte Joint Ventures, nutzen hocheffiziente Asset Finance- und andere Finanzierungsinstrumente sowie mehr Hotelmanagement-Verträge ohne Kapitalbindung, um den für die Aktionäre verfügbaren Cash Flow zu optimieren.

Wir verfolgen weiterhin unsere Strategie zur Gewährleistung der Bilanzstabilität und streben eine Leverage Ratio von 3,0 bis 2,25 und eine Coverage Ratio von 5,75 bis 6,75 an.

Zusammenfassung

Mit Blick auf die Zukunft erwarten wir weiterhin ein starkes jährliches Ergebniswachstum mit einer verbesserten Saisonalität, starker Cash-Konvertierung und attraktiven ROICs. Dies wird durch die Vorteile unserer Digitalisierungsbemühungen, Effizienzmaßnahmen und Differenzierungsstrategien durch den disziplinierten Ausbau eigener Hotel- und Kreuzfahrtangebote sowie durch unsere Zielgebietserlebnisse vorangetrieben werden.

➔ Weitere Informationen finden Sie im Prognosebericht ab Seite 56.

Unsere Umwelt

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.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie „Better Holidays, Better World“ zielt im Handlungsfeld „Step lightly“ darauf ab, die Umweltauswirkungen unserer Geschäftsbeziehungen zu reduzieren, und legt klare und ehrgeizige 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 2018 stiegen die absoluten Gesamtemissionen der TUI Group, maßgeblich bedingt durch das Wachstum im Bereich Airlines & Flug, gegenüber dem Vorjahr an. Der spezifische CO₂-Ausstoß unserer Airlines entsprach mit 66,7 g CO₂/Passagierkilometer dem Niveau des Vorjahres. Damit gehören unsere Airlines schon heute zu den emissionseffizientesten Airlines Europas – und wir bemühen uns kontinuierlich um weitere Verbesserungen.

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

GRUNDLAGEN DER TUI GROUP

Wie wir aufgestellt sind – Konzernstruktur



URLAUBSERLEBNISSE

Hotels & Resorts
Kreuzfahrten
Zielgebietserlebnisse

MÄRKTE & AIRLINES

Region Nord
Region Zentral
Region West

ÜBRIGE 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 wesentlichen Konzerngesellschaften, die das operative Geschäft des Konzerns in den einzelnen Ländern betreiben. Insgesamt gehörten am Bilanzstichtag 285 unmittelbare und mittelbare Tochterunternehmen zum Konsolidierungskreis der TUI AG. Zudem wurden 17 assoziierte Unternehmen und 27 Gemeinschaftsunternehmen nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss der TUI AG einbezogen.

➔ Für Details zu den Konsolidierungsgrundsätzen und -methoden sowie zum Anteilsbesitz siehe Seite 161 und 251.

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 114.

Für die strategische und operative Führung der TUI Group ist ein Group Executive Committee eingerichtet. Es bestand zum 30. September 2018 aus zwölf Mitgliedern und tagt unter der Leitung des Vorstandsvorsitzenden Friedrich Jousen.

Struktur der TUI Group

Die TUI Group ist seit dem Zusammenschluss der TUI AG mit der TUI Travel PLC im Dezember 2014 ein weltweit führendes Touristikunternehmen. 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.

Im Geschäftsjahr 2018 haben wir unsere Segmentberichterstattung angepasst, um der gestiegenen strategischen Bedeutung der Zielgebietserlebnisse als wesentlichem Teil des Urlaubserlebnisses unserer Gäste Rechnung zu tragen. Das Segment Zielgebietserlebnisse weisen wir daher seit dem Q1 2018 separat im Bereich Urlaubserlebnisse neben Hotels & Resorts und Kreuzfahrten aus. Die weiteren Geschäftstätigkeiten der ehemaligen „Übrigen Touristik“ und die bisherigen „Alle übrigen Segmente“ werden nun in „Alle übrigen Segmente“ gezeigt, die Gesamtzahlen bleiben unverändert. Die Vorjahreswerte wurden 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.

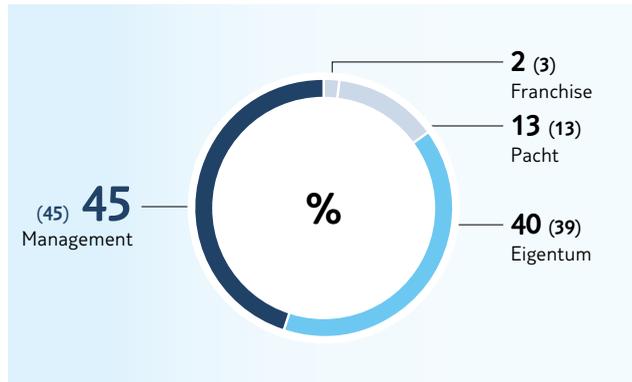
Im Geschäftsjahr 2018 umfasste das Segment Hotels & Resorts insgesamt 330 Hotels mit 241.207 Betten. Mit 306 TUI Hotels & Resorts gehört die Mehrzahl zu den 4- oder 5-Sterne-Hotels. 45 %

wurden im Rahmen von Managementverträgen betrieben, 40 % befanden sich im Eigentum der jeweiligen Hotelgesellschaft, 13 % waren gepachtet und 2 % der Anlagen wurden über Franchisevereinbarungen geführt.

Darüber hinaus wurden von Dritthoteliers 50 Hotels unter den TUI Konzeptmarken TUI Sensori, TUI Sensimar und TUI Family Life betrieben, so dass sich die Gesamtzahl inklusive der Hotels von Drittanbietern auf 380 belief.

Finanzierungsstruktur Hotels & Resorts

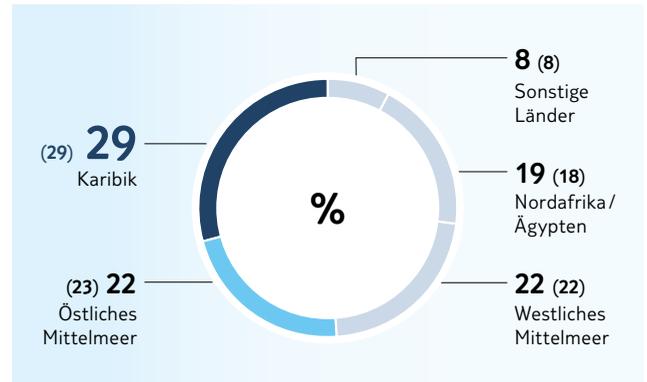
in %



Vorjahreswerte in Klammern.

Eigene Hotelbetten nach Regionen

in %



Hotelkategorien Hotels & Resorts

Hotelmarke	3 Sterne	4 Sterne	5 Sterne	Hotels, gesamt	Betten	Hauptstandorte
Riu	3	46	41	90	82.638	Spanien, Mexiko, Karibik, Kapverden, Portugal, Marokko
Robinson	-	18	6	24	14.403	Spanien, Griechenland, Türkei, Österreich
Blue Diamond	2	10	14	26	27.016	Kuba, Dom. Rep., Jamaika, Mexiko, Saint Lucia
Übrige Hotelbeteiligungen	19	117	54	190	117.150	Spanien, Griechenland, Türkei, Ägypten
Gesamt	24	191	115	330	241.207	
Konzepthotels Dritter:						
TUI Sensori, TUI Sensimar und TUI Family	-	32	18	50	11.696*	Spanien, Griechenland, Italien

* Zimmer.
Stand: 30. September 2018

Riu ist die größte Hotelgesellschaft im Portfolio von Hotels & Resorts. Das Unternehmen mit Sitz auf Mallorca hat einen hohen Stammkundenanteil und steht für Professionalität, bewährte Qualität und exzellenten Service. Die Hotels gehören hauptsächlich dem Premium- und Komfortsegment an und befinden sich im Wesentlichen in Spanien, Mexiko und der Karibik.

Robinson, der Qualitäts- und Marktführer für Cluburlaub im deutschsprachigen Premiumsegment, zeichnet sich durch sein professionelles Sport-, Entertainment- und Event-Angebot aus. Die Clubs bieten darüber hinaus hochwertige Hotelleistungen, erstklassigen Service und großzügige Architektur. Die Hauptstandorte sind in Spanien, Griechenland, der Türkei, auf den Malediven und in Österreich. Einen hohen Anspruch haben die Anlagen auch

im Hinblick auf ihr Engagement für nachhaltige Entwicklung sowie bei der Erfüllung spezifischer Umweltnormen.

Blue Diamond ist eine der am schnellsten wachsende Hotelkette in der Karibik für Gäste mit höchsten Ansprüchen. Im Segment werden auch 26 Blue Diamond Resorts gezeigt.

Zu den übrigen Hotelbeteiligungen gehören insbesondere die weiteren Kernmarken TUI Magic Life und TUI Blue. Daneben bieten unsere exklusiven internationalen Hotelkonzepte TUI Sensimar, TUI Sensatori und TUI Family Life unseren Kunden Urlaubsaufenthalte in erstklassigen Lagen mit hohen Leistungs-, Qualitäts- und Umweltstandards.

KREUZFAHRTEN

Das Segment Kreuzfahrten umfasst das Gemeinschaftsunternehmen TUI Cruises, Marella Cruises und Hapag-Lloyd Cruises. Die drei Kreuzfahrtlinien bedienen mit ihren insgesamt 16 Schiffen verschiedene Zielgruppen mit unterschiedlichen Dienstleistungskonzepten.

Finanzierungsstruktur Kreuzfahrtflotte

	Eigentum	Finance Lease	Operating Lease	Summe
TUI Cruises (Joint Venture)	6	–	–	6
Marella Cruises	3	2	1	6
Hapag-Lloyd Cruises	3	–	1	4

Stand: 30. September 2018

TUI Cruises ist ein 2008 gegründetes Gemeinschaftsunternehmen mit Sitz in Hamburg, an dem die TUI AG und die US-amerikanische Reederei Royal Caribbean Cruises Ltd. je zur Hälfte beteiligt sind. TUI Cruises nimmt mit ihren sechs Schiffen Spitzenpositionen im Premium-Volumensegment für Kreuzfahrten im deutschsprachigen Raum ein: Der Berlitz Cruise Guide, international wichtigster Gradmesser für die Bewertung von Kreuzfahrtschiffen, hat die Mein Schiff 3, Mein Schiff 4, Mein Schiff 5 und Mein Schiff 6 unter die besten fünf der Welt in der Kategorie „Große Schiffe“ gewählt.

Marella Cruises, die bis Oktober 2017 als Thomson Cruises firmierte, bietet im britischen Markt mit einer Flotte von sechs Schiffen Kreuzfahrten in unterschiedlichen Segmenten an.

Hapag-Lloyd Cruises hat ihren Sitz in Hamburg und nimmt mit ihrer Flotte von vier Kreuzfahrtschiffen in den Segmenten Luxus- und Expeditionskreuzfahrten eine führende Position im deutschsprachigen Markt ein. Der Berlitz Cruise Guide hat die Flaggschiffe Europa und Europa 2 erneut mit 5 Sterne Plus, der höchsten Bewertung, ausgezeichnet. Zu den Expeditionsschiffen gehören die Hanseatic und die Bremen. Die Hanseatic nature und die Hanseatic inspiration ergänzen ab 2019 das Luxus-Expeditionssegment.

ZIELGEBIETSERLEBNISSE

Im Segment Zielgebietserlebnisse werden Dienstleistungen vor Ort in den weltweiten Urlaubsdestinationen erbracht. TUI ist in 49 Ländern mit eigenen Mitarbeitern präsent und zählt zu den führenden Anbietern von Touren, Aktivitäten und Ausflügen in den Zielgebieten. Mit dem Erwerb des Technologie-Start-ups Musement im Oktober 2018 verfügt TUI über eine Online-Plattform, über die auch kleine und mittelständische Betriebe nach einer Qualitätsprüfung ihre Dienste am Urlaubsort anbieten können.

MÄRKTE & AIRLINES (BISLANG VERTRIEB & MARKETING)

Wir verfügen mit den drei Region Nord, Zentral und West über gut aufgestellte Vertriebs- und Marketingorganisationen, die jährlich mehr als 23 Mio. Kunden (einschließlich unserer Kunden unserer Joint Ventures in Kanada und Russland) attraktive Urlaubserlebnisse bieten. Der Vertrieb stützt sich dabei auf Online- und Offline-Vertriebskanäle, die gleichermaßen von der starken Marktstellung der TUI profitieren. Die Reisebüros operieren als Eigentumsbetriebe, Joint Ventures oder Fremdbetreibermodelle. Durch unseren direkten Kundenzugang etablieren wir enge Kundenbindungen, die es uns zukünftig noch besser ermöglichen, das gesamte Urlaubserlebnis entsprechend persönlichen Kundenwünschen und -präferenzen zu personalisieren. Damit erreichen wir in der Touristikbranche einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil. 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. Unser internes Programm zur Effizienzsteigerung One Aviation haben wir im Geschäftsjahr 2018 fortgesetzt und weitere Skaleneffekte erzielt. Dies ermöglicht es unseren Fluggesellschaften, trotz herausfordernder Marktbedingungen wettbewerbsfähig zu bleiben. Unseren Weg zu einer modernen und treibstoffeffizienten Flotte haben wir im Geschäftsjahr fortgesetzt. In 2018 wurden die ersten Flugzeuge des Typs Boeing 737 Max ausgeliefert. Insgesamt hat die TUI Group 68 Maschinen dieses Typs, das als modernstes Flugzeug in dieser Klasse gilt, bestellt. Diese sollen bis 2023 ausgeliefert werden. Insgesamt gehören mehr als 150 Flugzeuge zur TUI Flotte.

REGION NORD

Das Segment Region Nord enthält die Veranstalter und Fluggesellschaften in Großbritannien, Irland und den nordischen Ländern. Daneben wurden diesem Segment die strategische Beteiligung Sunwing in Kanada und das Gemeinschaftsunternehmen TUI Russia zugeordnet.

REGION ZENTRAL

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

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 insbesondere die französische Flug-

gesellschaft Corsair, die Corporate Center-Funktionen der TUI AG und der Zwischenholdings sowie die Immobiliengesellschaften des Konzerns.

Forschung und Entwicklung

Als touristischer Dienstleistungskonzern betreibt die TUI Group keine mit produzierenden Unternehmen vergleichbare Forschung und Entwicklung. 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 EBITA definieren wir als das Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und Aufwendungen aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten sowie Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte (bereinigtes EBITA) des Konzerns. Nicht im EBITA und im bereinigten EBITA enthalten sind Bewertungseffekte auf Zinssicherungsinstrumente sowie im Vorjahr Ergebniseffekte aus der Containerschiffahrt. 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.

Für die Entwicklung der Finanzlage des Konzerns im Geschäftsjahr 2018 haben wir die Nettosach- und Finanzinvestitionen und die Nettofinanzposition des TUI Konzerns als die bedeutsamsten Leistungsindikatoren identifiziert.

Anstelle der Nettofinanzposition werden wir ab dem Geschäftsjahr 2019 die Leverage Ratio des Konzerns als bedeutsamsten Leistungsindikator für die Finanzlage berichten.

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 segmentspezifischen Kapitalkosten 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 67 und „Umwelt“ Seite 86.

Kapitalkosten

Kapitalkosten (WACC)

	Hotels	Kreuzfahrten	Märkte & Airlines ³	TUI Group
%	2018	2018	2018	2018
Risikoloser Zinssatz	1,00	1,00	1,00	1,00
Risikozuschlag	6,00	6,48	6,47	5,72
Marktrisikoprämie	6,50	6,50	6,50	6,50
Beta-Faktor ¹	0,92	1,00	0,99	0,88
Eigenkapitalkosten nach Steuern	7,00	7,48	7,47	6,72
Fremdkapitalkosten vor Steuern	2,55	2,55	3,66	3,66
Tax Shield	0,64	0,05	0,84	0,74
Fremdkapitalkosten nach Steuern	1,91	2,50	2,82	2,92
Eigenkapitalquote ²	83,26	71,58	63,89	62,32
Fremdkapitalquote ²	16,74	28,42	36,11	37,68
Gesamtkapitalkosten nach Steuern	6,15	6,06	5,79	5,29
Eigenkapitalkosten vor Steuern	8,93	7,60	9,17	8,01
Fremdkapitalkosten vor Steuern	2,55	2,55	3,66	3,66
Eigenkapitalquote ²	83,26	71,58	63,89	62,32
Fremdkapitalquote ²	16,74	28,42	36,11	37,68
Gesamtkapitalkosten vor Steuern	7,86	6,16	7,18	6,37

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 Finanzierungskosten 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 Ergebnis.

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 gebun-

denen verzinslichen Kapital (Invested Capital) des Segments. Die angesetzte Ergebnisgröße ist definitionsgemäß frei von steuerlichen und finanziellen Einflüssen und bereinigt um einmalige Sonderinflüsse. 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 Veränderung 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 Kapitalkosten, multipliziert mit dem gebundenen verzinslichen Kapital.

Invested Capital

Mio. €	Anhang	2018	2017
Eigenkapital		4.333,6	3.533,7
Gezeichnetes Kapital	(23)	1.502,9	1.501,6
Kapitalrücklage	(24)	4.200,5	4.195,0
Gewinnrücklagen	(25)	-2.005,3	-2.756,9
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter am Eigenkapital	(27)	635,5	594,0
zzgl. verzinslicher Schuldpositionen		3.516,2	3.328,2
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	(28)	994,8	1.127,4
Langfristige Finanzschulden	(30), (36)	2.250,7	1.761,2
Kurzfristige Finanzschulden	(30), (36)	192,2	171,9
Derivative Finanzinstrumente	(36)	78,5	267,7
abzgl. finanzieller Vermögenswerte		3.390,1	3.024,7
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	(36)	54,3	69,5
Derivative Finanzinstrumente	(36)	525,0	295,3
Finanzmittel	(21), (36)	2.548,0	2.516,1
Übrige finanzielle Vermögenswerte		262,8	143,8
= Invested Capital vor Hinzurechnung der Effekte aus Kaufpreisallokationen		4.459,7	3.837,2
Invested Capital vor Hinzurechnung der Effekte aus Kaufpreisallokationen des Vorjahres		3.837,2	3.880,1
Saisonale Anpassung ¹		500,0	500,0
Ø Invested Capital vor Hinzurechnung der Effekte aus Kaufpreisallokationen²		4.648,2	4.358,7
Invested Capital vor Hinzurechnung der Effekte aus Kaufpreisallokationen		4.459,7	3.837,2
zzgl. Effekte aus Kaufpreisallokationen		342,0	317,5
= Invested Capital		4.801,7	4.154,7
Invested Capital des Vorjahres		4.154,7	4.180,6
Saisonale Anpassung ¹		500,0	500,0
Ø Invested Capital²		4.978,2	4.667,7

ROIC

Mio. €	Anhang	2018	2017
Bereinigtes EBITA		1.147,0	1.102,1
Ø Invested Capital²		4.978,2	4.667,7
ROIC	%	23,04	23,61
Kapitalkosten (WACC)	%	6,37	6,75
Wertbeitrag		829,9	787,0

¹ Anpassung zur Berücksichtigung der saisonalen Veränderung der Nettofinanzposition.

² Durchschnittswert aus Jahresanfangs- und -endbestand.

Der ROIC der TUI Group verminderte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 0,57 Prozentpunkte auf 23,04 %. Unter Berücksichtigung der Kapitalkosten in Höhe von 6,37 % errechnet sich ein damit positiver Wertbeitrag von 829,9 Mio. € (Vorjahr 787,0 Mio. €).

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. €	2018
Ergebnis vor Ertragsteuern	971,5
Währungskurseffekt aus Umrechnung zu Plankursen	88,0
EBT zu Plankursen	1.059,5

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. €	2018
EBITA	1.060,2
Ø Invested Capital vor Hinzurechnung der Effekte aus Kaufpreisallokationen*	4.648,4
ROIC JEV	22,81

* 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 mit 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, Netto-

investitionen) 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. €	2018
EBITA	1.060,2
Währungseffekt aus Umrechnung zu Plankursen	96,9
EBITA zu Plankursen	1.157,1
Abschreibungen (+)/Zuschreibungen (-)	
auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sach- und Finanzanlagen	438,3
Veränderung Working Capital	66,4
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen	-297,7
Dividenden von Joint Ventures und assoziierten Unternehmen	222,7
Nettosach- und Finanzinvestitionen	-827,0
Cash Flow to the Firm	759,7

Überleitung der Veränderung des Working Capital laut

Cash Flow to the Firm

Mio. €	30.9.2018	30.9.2017
Kurzfristige Vermögenswerte	4.929,7	4.317,9
abzgl. Finanzmitteln	-2.548,0	-2.516,1
abzgl. kurzfristiger Verbindlichkeiten	-6.506,8	-6.152,1
zzgl. kurzfristiger Finanzschulden	192,2	171,9
abzgl. kurzfristiger sonstiger Rückstellungen	-348,3	-349,9
abzgl. Netto-Ertragsteueransprüchen	-27,6	-33,4
abzgl./zzgl. kurzfristiger derivativer Finanzinstrumente, netto	-376,1	1,8
abzgl. verzinslicher Forderungen	-55,5	-49,2
zzgl. kurzfristiger abgegrenzter Zinsen	25,6	28,6
Bilanzielles Working Capital	-4.714,8	-4.580,5
Veränderung des bilanziellen Working Capital	134,3	
Währungsdifferenzen	-67,9	
Veränderung Working Capital laut Cash Flow to the Firm	66,4	

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 unten stehende Tabelle zeigt das pro forma bereinigte Ergebnis je Aktie der TUI Group. Der in der Berechnung verwendete Netto-Zinsaufwand wurde um im Berichtsjahr vereinnahmte Zinsanteile der Auflösung einer Rückstellung in Höhe von 31,2 Mio. € angepasst. Als normalisierter Konzernsteuersatz wurden 20 % angenommen. Der Anteil nicht beherrschender Gesellschafter am Konzernergebnis im Berichtsjahr wurde im Hinblick auf den bei der Ermittlung des bereinigten Ergebnisses je Aktie verwendeten normalisierten Steuersatz angepasst. Die Berechnung basiert auf dem gezeichneten Kapital zum Bilanzstichtag. Das pro forma 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. €	2018	2017
EBITA (bereinigt)	1.147,0	1.102,1
abzgl. Netto-Zinsaufwand (angepasst)	-119,9	-119,2
Bereinigtes Ergebnis vor Steuern	1.027,1	982,9
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag (angenommener Steuersatz 20%)	205,4	196,6
Bereinigter Konzerngewinn	821,7	786,3
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter (angepasst)	134,8	116,6
Anteil der TUI AG Aktionäre am Konzerngewinn (bereinigt)	686,9	669,7
Anzahl Aktien am Bilanzstichtag in Mio. St.	587,9	587,0
Pro forma bereinigtes Ergebnis je Aktie	1,17	1,14

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 bestehende 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 verbessert. In allen größeren Geschäftsbereichen werden nun operative Kontrollen und wichtige Finanzkontrollen regelmäßig getestet. Durch das Zusammenwirken aller Risiko- und Kontrollfunktionen wird ein integrierter Absicherungsprozess zwischen allen Abteilungen, die die zweite Verteidigungslinie bilden, unterstützt. 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-BEREICH

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 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 Strategy erstellt jährlich eine detaillierte Datenbasis in gleichbleibendem Format, die die Marktattraktivität, Wettbewerbsposition und Geschäftsergebnisse nach Geschäftsbereichen und Quellmärkten erfasst. Diese Daten werden 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 unter anderem aus Mitgliedern des Executive Committee zusammensetzt, ist im Auftrag des Vorstands 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 der CEO Aviation, die Bereichsleiter der Ressorts Strategie, Financial Accounting, Treasury & Insurance und Group HR sowie Vertreter aller Funktionen an, die der zweiten Verteidigungslinie zugeordnet sind, darunter Risk, Financial Control, Legal Compliance, IT Security und Health & Safety. Der Bereichsleiter Konzernrevision nimmt ohne Stimmrecht teil, um die Unabhängigkeit seiner Funktion zu wahren.

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 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 Risiken die zugrunde liegenden Ursachen für das jeweilige Risiko 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 Bereichen/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 Worst Case-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 nebenstehend aufgeführten Kriterien.

Auswirkungen

	UNBEDEUTEND	GERING	MODERAT	WESENTLICH	GRAVIEREND
QUANTITATIV	<3 % EBITA* (<35 Mio. €)	3 – <5 % EBITA* (35 – <60 Mio. €)	5 – <10 % EBITA* (60 – <120 Mio. €)	10 – <15 % EBITA* (120 – <180 Mio. €)	≥ 15 % EBITA* (≥ 180 Mio. €)
QUALITATIV	Minimale Auswirkungen auf	Begrenzte Auswirkungen auf	Kurzfristige Auswirkungen auf	Mittelfristige Auswirkungen auf	Nachteilige Auswirkungen auf
	<ul style="list-style-type: none"> • globale Reputation • Umsetzung von Programmen • Zuverlässigkeit der Technologie • Arbeits- & Gesundheitsschutzstandards 	<ul style="list-style-type: none"> • globale Reputation • Umsetzung von Programmen • Zuverlässigkeit der Technologie • Arbeits- & Gesundheitsschutzstandards 	<ul style="list-style-type: none"> • globale Reputation • Umsetzung von Programmen • Zuverlässigkeit der Technologie • Arbeits- & Gesundheitsschutzstandards 	<ul style="list-style-type: none"> • globale Reputation • Umsetzung von Programmen • Zuverlässigkeit der Technologie • Arbeits- & Gesundheitsschutzstandards 	<ul style="list-style-type: none"> • globale Reputation • Umsetzung von Programmen • Zuverlässigkeit der Technologie • Arbeits- & Gesundheitsschutzstandards

* Geplantes bereinigtes EBITA für das am 30. September 2018 endende Geschäftsjahr.

Eintrittswahrscheinlichkeit

SELTEN	UNWAHRSCHEINLICH	MÖGLICH	WAHRSCHEINLICH	RELATIV SICHER
< 10 %	10 – < 30 %	30 – < 60 %	60 – < 80 %	≥ 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 Beachtung der festgelegten 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 erforderlich sind. Die bestehenden Kontrollen werden fortgeführt, und das Management überwacht das Risiko, die Kontrollen und das Risikoumfeld, um sicherzustellen, dass die Risikoeinstufung stabil bleibt und 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 und vertretbares Niveau reduzieren. Dies ist das so genannte Zielrisiko und es fungiert als Parameter für das Management, der 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.

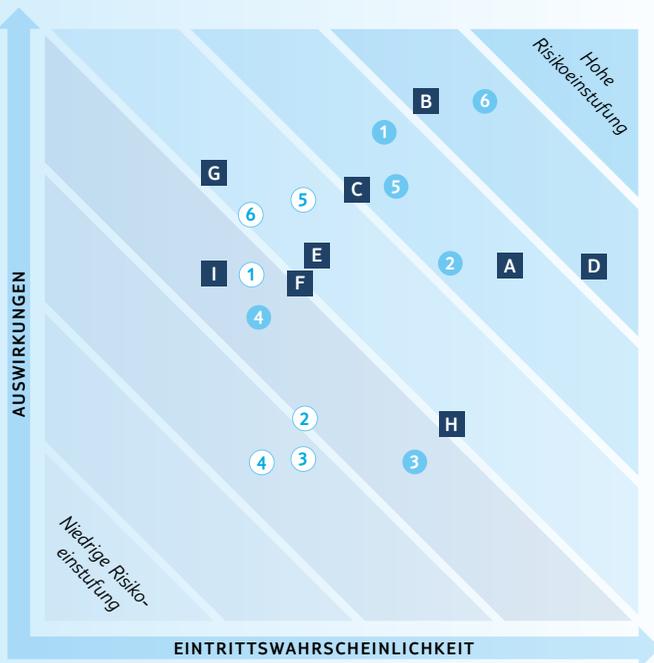
Jeder Geschäftsbereich und jede Funktion überprüft weiterhin fortlaufend das jeweilige Risikoinventar anhand der für den Geschäftsbereich festgelegten Gremien, z. B. eines lokalen Risikoausschusses.

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 Idealfall durch den Geschäftsbereich oder die Konzernfunktion, in deren Verantwortung die Steuerung des Risikos liegt, kann aber gegebenenfalls auch durch das Group Risk-Team erfolgen.

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
- 5 Informationssicherheit
- 6 Auswirkungen des Brexit

INHÄRENTE RISIKEN

■ **AKTUELLE RISIKOPOSITION**

- A Ereignisse in den Destinationen
- B Gesamtwirtschaftliche Risiken
- C Wettbewerb und Kundenpräferenzen
- 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

BERICHTSKREIS (ENTITY SCOPING)

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 Risikomanagementprozesses 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. Anhand dieser Kriterien werden die einzubeziehenden Gesellschaften ermittelt. Aus den derart ermittelten Gesellschaften wird die gemeinsame Business Management-Ebene identifiziert, durch die diese Einheiten gesteuert werden. Damit wird definiert, welche Einheiten in der 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 Prüfprogramms eine Beurteilung ausgewählter Hauptrisiken 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 prüfen die Jahresabschlussprüfer der TUI AG nach §317 Abs. 4 HGB, ob das 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 nebenstehenden 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 entweder 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. Die quantitative Bewertung basiert auf dem in der Planung festgelegten bereinigten EBITA für das zum 30. September 2018 endende Geschäftsjahr.

Hauptrisiken im Geschäftsjahr 2018

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. gesamtwirtschaftliche Risiken und 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 Brexit ist für uns, ob unsere Airlines weiterhin Zugang zum EU-Luftraum haben

werden. Wir werden weiterhin die zuständigen Minister und Vertreter Großbritanniens und der EU auf die Bedeutung einer Sondervereinbarung für den Luftverkehr hinweisen, um die Flugangebote für Verbraucher in beiden Regionen zu schützen, und tauschen uns regelmäßig mit den zuständigen aufsichtsrechtlichen Behörden aus. Aktuell entwickeln wir Szenarien und Minimierungsstrategien für verschiedene Konstellationen, inklusive eines „harten Brexit“ – je nach Ausgang der politischen Verhandlungen. Unser Schwerpunkt liegt darauf, mögliche Auswirkungen auf den Konzern zu verringern. Unser Brexit-Lenkungsausschuss verfolgt weiterhin die externen Entwicklungen und koordiniert Maßnahmen, die vor März 2019 ergriffen werden sollen, wenn Großbritannien formell aus der Europäischen Union austritt. Außer in den wöchentlichen Besprechungen auf Ebene der verschiedenen internen Brexit-Arbeitsgruppen wird das Thema regelmäßig (zweiwöchentlich/monatlich) im Group Executive Committee erörtert. Der Aufsichtsrat wurde im Berichtsjahr vierteljährlich informiert.

Durch das Inkrafttreten der EU-DSGVO im Mai 2018, durch die etwaige Verstöße gegen die Datensicherheit ein erhebliches Bußgeld nach sich ziehen können, ist das Bruttorisiko des IT-Hauptrisikos gestiegen. Unsere Minimierungsstrategie soll unter anderem sicherstellen, dass das Verantwortungsbewusstsein jedes Einzelnen für die Informationssicherheit gestärkt wird. Sie fokussiert sich weiterhin darauf, die Wahrscheinlichkeit des Eintritts dieses Risikos zu steuern.

Da das Markenmigrationsprogramm in allen Märkten erfolgreich abgeschlossen worden ist, wird das damit verbundene Risiko nicht mehr als Hauptrisiko für den Konzern eingestuft.

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 führender digitaler Lösungen, Kernplattformfunktionen und umfassender IT-Infrastruktur und -Services, die zur Umsetzung unserer Konzernstrategie – eines profitablen Ergebniswachstums – erforderlich sind.

Sollten wir unsere Strategie oder die technologische Weiterentwicklung nicht effektiv umsetzen, könnte sich dies auf unsere Fähigkeit

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.

Art des Risikos

auswirken, in unseren Märkten führende technologische Lösungen anzubieten. Dies könnte unsere Wettbewerbsfähigkeit und unsere Fähigkeit, ein herausragendes Kundenerlebnis zu bieten, beeinträchtigen und sich entsprechend auf unsere Qualität und operative Effizienz auswirken. Dies hätte letztlich Auswirkungen auf die Anzahl unserer Kunden, den Umsatz und die Profitabilität.

Risikobegrenzende Faktoren

- Wir führen die Umsetzung unserer Online-Plattform 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 Kundenzklus entlang einer E-Plattform für das Kundenbeziehungsmanagement (CRM) möglich wird, die strategische Marketinginitiativen unterstützen soll.
- 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

Unser Ziel ist ein jährlicher durchschnittlicher Zuwachs von mindestens 10% beim bereinigten EBITA auf Basis konstanter Wechselkurse (siehe Seite 57). Dies erreichen wir durch das Wachstum unseres eigenen Hotel- und Kreuzfahrtcontents, das Segment Zielgebietserlebnisse sowie Umsatzwachstum und Effizienzsteigerungen.

Außerdem ermöglicht unser eigener Flugbereich es uns, die Flexibilität unserer Pauschalreisen zu steigern und durch eine Kombination eigener Flug- und Hotelkapazitäten attraktive Destinationen aufzubauen.

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 ab Seite 128).
- Das Group Tourism Board spielt eine wichtige Rolle bei der Koordination, Umsetzung und Überwachung der verschiedenen Wachstumsinitiativen.
- Wir haben eine Reihe von Wachstumsinitiativen eingeleitet. 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 „ein“ Unternehmen zu betreiben, soweit dies sinnvoll ist. Dabei belassen wir regionale Unterschiede dort, wo die Vorteile einer Differenzierung den Nutzen der Harmonisierung übersteigen.

- Für alle wichtigen laufenden Umstrukturierungs- und Veräußerungsprogramme bestehen geeignete Projektmanagementstrukturen, um die effektive Umsetzung der Programme zu gewährleisten.

Art des Risikos

Konzernweit haben wir daher eine Vielzahl von Umstrukturierungsprojekten initiiert, um diese Chancen nutzen zu können. Aufgrund der fortlaufenden Überprüfung unserer eigenen Gesellschaften und der Mitbewerber betreiben wir zudem ein aktives Programm von Übernahmen (z. B. die Gesellschaften der Sparte Destination Management von Hotelbeds in diesem Jahr) und zuvor auch Veräußerungen (z. B. Travelopia im Geschäftsjahr 2017) 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 Reputationsschaden, einem Rückgang der Nachfrage nach unseren Produkten und Dienstleistungen sowie zu einem Verlust unseres Wettbewerbsvorsprungs führen.

Risikobegrenzende Faktoren

- Unser Projektreportingsystem stellt sicher, dass Fortschritte bei großen Projekten standardisiert erkannt werden können.
- Der Vorstand erhält regelmäßig Berichte über den Stand der wichtigsten Projekte, damit auftretende Themen 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 neuen Mein Schiff 1 und Mein Schiff 2).
- Die TUI Group hat ein Umweltmanagementsystem eingeführt. Fünf unserer 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 dem Wohl von Kindern.

Art des Risikos

Sollte es der TUI Group nicht gelingen, ihre Nachhaltigkeitsziele umzusetzen, und sollten zugleich die Ziele der UN-Klimakonferenz 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 inhereuropäische 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 formellen Ausstiegs Großbritanniens aus der Europäischen Union im März 2019 koordinieren soll.
- Außerdem betreiben wir weiterhin Lobbyarbeit bei den zuständigen Ministern, Vertretern und Aufsichtsbehörden 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 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 Amtes 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 auftritt. Ein „übliches“ Maß an Störungen können wir bewältigen, ohne die Erreichung unserer Ziele zu gefährden.

B. GESAMTWIRTSCHAFTLICHE RISIKEN

Reiseausgaben sind disponibel und preissensitiv. Die wirtschaftlichen Aussichten bleiben ungewiss. Die Quellmärkte befinden sich in unterschiedlichen Konjunkturphasen. Außerdem können Terroranschläge in Quellmärkten die Gesamtnachfrage nach Auslandsreisen in diese Länder beeinflussen. Auch buchen die Kunden kurzfristiger, um ihre finanzielle Situation besser einschätzen zu können.

Es besteht das Risiko, dass Schwankungen der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen in unseren Quellmärkten die Kaufkraft unserer Kunden beeinträchtigen könnten, was wiederum Auswirkungen auf unsere kurzfristigen Wachstumsraten haben und zu einer Margenerosion führen könnte.

- Viele Verbraucher räumen ihren Reiseausgaben gegenüber anderen disponiblen Ausgaben eine hohe Priorität ein.
- Wir schaffen attraktive und differenzierte Reiseangebote, die den Bedürfnissen unserer Kunden entsprechen.
- Wir nutzen unsere Größe, um Kosten zu reduzieren und wettbewerbsfähige Preise anzubieten.
- Durch eine Vielzahl von Quellmärkten sind wir nicht mehr einem bestimmten Konjunkturzyklus ausgesetzt.
- Wir fördern die Vorteile des Reisens mit einem anerkannten führenden Veranstalter, damit unsere Kunden unbeschwert und vertrauensvoll reisen können.

Art des Risikos

C. WETTBEWERB UND KUNDENPRÄFERENZEN

Mit dem Auftritt weiterer Marktteilnehmer mit neuen Geschäftsmodellen in Verbindung mit sich ständig verändernden Kundenanforderungen und -präferenzen erweist sich die Tourismusbranche als schnelllebig und wettbewerbsintensiv.

In den vergangenen Jahren haben sich 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.

Auch die Bedürfnisse und Präferenzen unserer Kunden haben sich in den letzten Jahren verändert. So buchen immer mehr Kunden ihre Urlaubsreisen online oder über Applikationen für Mobiltelefone und Tablet-Computer. Auch buchen sie erheblich kurzfristiger als früher.

Gelingt es uns nicht, adäquat auf die neuen Geschäftsmodelle zu reagieren oder unsere Produkte und Dienstleistungen an die sich verändernden Kundenanforderungen und -präferenzen anzupassen, könnte dies negative Folgen für unseren Umsatz und Marktanteil sowie unsere Ertragsstärke haben.

D. INPUTKOSTENVOLATILITÄT

Ein erheblicher Teil der Betriebsausgaben fällt in nicht lokaler Währung an und/oder betrifft Flugbenzin, 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 makro-ökonomischen Rahmenbedingungen Auswirkungen auf die Wechselkurse haben. Im Fall der £/€-Rate und in diesem Jahr der TRY/€-Rate hat dies einen direkten Einfluss auf die Translation der Ergebnisse aus Nicht-Euro-Ländern in den Euro, der Berichtswährung der TUI Group.

Risikobegrenzende Faktoren

- Dank unserer herausragenden Marktposition als ein führender Touristikkonzern, unserer Markenstärke und unseres integrierten Geschäftsmodells können wir schlagkräftig auf Wettbewerbsrisiken reagieren.
- Die TUI Group zeichnet sich durch die kontinuierliche Entwicklung attraktiver und exklusiver Reiseangebote aus. Wir entwickeln neue Konzepte und Dienstleistungen, die den Anforderungen und Präferenzen unserer Kunden entsprechen.
- Unser integriertes Geschäftsmodell bietet Service aus einer Hand – von der Beratung und Buchung über Flüge mit den eigenen Airlines bis hin zu eigenen oder selbst betriebenen Hotels, Resorts und Kreuzfahrtschiffen. Die Integration erlaubt somit, individuelle und maßgeschneiderte Urlaubsangebote für die Kunden zu entwickeln und zu vermarkten, die für Mitbewerber schwer zu reproduzieren sind.
- 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.
- Wir konzentrieren uns darauf, während der gesamten Reise der Kunden online verfügbar zu sein – von der Inspiration über die Buchung und die Reise selbst bis hin zur Rückreise und zum Austausch von Erlebnissen über soziale Medien.

- 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 wechsellkursbedingte Effekte einschätzen.

→ *Detaillierte Angaben zur Absicherung von Währungskurs- und Treibstoffpreisrisiken 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. Dies wird dadurch unterstrichen, dass der Konzern im abgelaufenen Geschäftsjahr zum zweiten Mal in Folge schon nach neun Monaten zum 30. Juni einen bereinigten operativen Gewinn erzielt hat.
- 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.

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 öffentliche Stellen ausgesetzt.

- Kommunikation und klares Vorleben der Unternehmenskultur durch das Management (Tone from the Top) bezüglich der Einhaltung von Gesetzen und Bestimmungen.
- Einrichtung des 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 Legal Compliance durch die Beobachtung der Einhaltung von rechtlichen Bestimmungen und die Beratung lokaler Teams bei bestimmten 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 Kunden zu gewährleisten. Dies gilt insbesondere für die TUI AG als ein weltweit führendes Touristikunternehmen mit mehr als 27 Mio. Kunden 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 Hotels, ausfallen können. Dieses Risiko wird durch die branchenübliche Praxis von Vorauszahlungen verschärft, die zur Sicherung von Hotelkontingenten für die Saison dienen.

Hinsichtlich unseres finanziellen Engagements besteht das Risiko von Verlusten bei rückläufiger Nachfrage nach einzelnen Hotels und/oder der Destination, in der die Hotels liegen und für die der Veranstalter bereits Vorauszahlungen geleistet hat.

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.

- 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.
- Etwaige Vorauszahlungen an externe Hoteliers zielen darauf ab, Zugang zu attraktiven und differenzierten Produkten zu sichern, bei denen die Nachfrage höher ist als bei unspezifischen Produkten und die sich bei externen Ereignissen als robuster erweisen.
- 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 Oktober 2018 verabschiedet und erstreckt sich über den Zeitraum bis zum 30. September 2021. Ein Dreijahreshorizont wird für ein schnelllebiges Wettbewerbsumfeld, wie der Tourismus es ist, als angemessen betrachtet.

Es wird darauf hingewiesen, dass die aktuelle revolvingende Kreditlinie des Konzerns über 1.535,0 Mio. €, die eine Laufzeit bis Juli 2022 hat, regelmäßig geprüft und genutzt wird, um die Saisonabhängigkeit des Cash Flow des Konzerns 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 in einer wichtigen Destination während der Sommersaison 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. 2 Nr. 5 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, Wirtschaftlichkeit 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 Rohstoffpreisen beinhaltet, konzernweit auch die systematische Risikofrüherkennung, -steuerung und -überwachung. Weitere Erläuterungen

zum Risikomanagementsystem werden im Abschnitt „Risk-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. 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 KONZERNRECHNUNGSLEGUNGSBEZOGENE RISIKEN

Spezifische konzernrechnungslegungsbezogene 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 konzernrechnungslegungsbezogene Risiken resultieren. Auch aus der Auslagerung und Übertragung von rechnungslegungsspezifischen Aufgaben auf Servicegesellschaften können sich spezifische 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 Konzernrechnungslegung 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 Konzernrechnungslegung 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 Konzernrechnungslegung 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 bei-

zulegenden Werts von Vermögenswerten, insbesondere Geschäfts- oder Firmenwerten.

Auf Konzernebene umfassen die spezifischen Kontrollaktivitäten zur Sicherstellung der Ordnungsmäßigkeit und Verlässlichkeit der Konzernrechnungslegung 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 Konzernrechnungslegung.

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 Konzernrechnungslegung 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 2018 mit der Prognose

Die Geschäftsentwicklung im Geschäftsjahr 2018 entsprach insgesamt unseren Erwartungen.

Stärker als erwartet entwickelte sich der Umsatz der TUI Group, der auf Basis konstanter Wechselkurse um 6,3 % im Vergleich zum Vorjahr anstieg. Bei einem weiteren Ausbau unseres Hotel- und Kreuzfahrtportfolios haben wir anhaltend hohe Auslastungsraten und Erträge erreicht. Zugleich ist die Zahl der Kunden, die ihren Urlaub bei uns buchen, in diesem Sommer trotz der langen Phase warmen Wetters in Nordeuropa in allen wichtigen Märkten gestiegen.

Zum vierten Mal in Folge seit dem Zusammenschluss haben wir im Geschäftsjahr 2018 auf Basis konstanter Wechselkurse ein zweistelliges Wachstum unseres bereinigten EBITA erzielt. Das bereinigte EBITA der TUI Group verbesserte sich im Geschäftsjahr 2018 um 4,1 % auf 1.147,0 Mio. €. Auf Basis konstanter Wechselkurse für den Berichts- und Vorjahreszeitraum entspricht dies einer Verbesserung von 10,9%. Damit konnten wir unsere kommunizierte Zielsetzung, im Geschäftsjahr 2017 auf Basis konstanter Wechselkurse eine Verbesserung des operativen Ergebnisses von mindestens 10 % zu erreichen, übererfüllen.

Die im bereinigten EBITA herausgerechneten Sonderbelastungen sind im Berichtsjahr mit 86,8 Mio. € leicht höher als erwartet ausgefallen. Insgesamt verbesserte sich das EBITA des Konzerns damit um 3,3 % auf 1.060,2 Mio. €.

Der ROIC der TUI Group verminderte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 0,57 Prozentpunkte auf 23,04%, während in der Planung von einer leichten Verbesserung ausgegangen worden war. Unter Berücksichtigung der Kapitalkosten in Höhe von 6,37 % stieg der Wertbeitrag leicht auf 829,9 Mio. € an (Vorjahr 787,0 Mio. €).

Die Nettosach- und Finanzinvestitionen des Konzerns lagen mit 827,0 Mio. € unter dem Zielwert von rund 1,2 Mrd. €, was im Wesentlichen auf zeitliche Verschiebungen bei größeren Hotelprojekten zurückzuführen war.

Die zum Ende des Geschäftsjahres 2018 ausgewiesene Nettoliquidität von 123,6 Mio. € entwickelte sich leicht besser als in unserer letzten Prognose unterstellt, die noch von einer leichten Nettover-

schuldung ausgegangen war. Ursächlich hierfür waren insbesondere die geringeren Nettosach- und Finanzinvestitionen des Konzerns.

Erwartete Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen

Erwartete Entwicklung der weltweiten Produktionsleistung

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

Quelle: Internationaler Währungsfonds (IWF), World Economic Outlook, Oktober 2018

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE SITUATION

Die stetige Expansion der Weltwirtschaft hat sich im Kalenderjahr 2018 fortgesetzt. Mit einem Plus der globalen Produktionsleistung um 3,7% erwartet der Internationale Währungsfonds ein Wachstum der Weltkonjunktur auf Vorjahresniveau. Für 2019 prognostiziert der IWF ein Wirtschaftswachstum von ebenfalls 3,7% (IWF, World Economic Outlook, Oktober 2018).

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 (Quelle: UNWTO, Tourism Highlights, 2018 Edition). In den ersten sechs Monaten 2018 haben die internationalen Ankünfte um 6,1% zugenommen, für das gesamte Kalenderjahr 2018 rechnet die UNWTO mit einem Wachstum von 4% bis 5% (Quelle: UNWTO, World Tourism Barometer, Oktober 2018).

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.

Neben der Entwicklung der Konsumneigung ist die politische Stabilität in den Zielgebieten ein wichtiger Faktor für die Nachfrage nach Urlaubsreisen. Wir gehen davon aus, dass unser Geschäftsmodell flexibel genug ist, die derzeit erkennbaren Herausforderungen zu kompensieren.

Das in unserer Planung für das Geschäftsjahr 2019 unterstellte Umsatzwachstum unserer Veranstalter liegt im Rahmen der langfristigen Prognose der UNWTO. Wir konzentrieren uns darauf, weitere Effizienzsteigerungen durch die Harmonisierung unserer drei regionalen Geschäftsbereiche zu erreichen, die nunmehr unter der Marke TUI in allen drei Regionen einheitlich geführt werden.

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 nachfolgenden Aussagen zur voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns

im Geschäftsjahr 2019 basieren auf der Annahme konstanter Wechselkurse des abgelaufenen Geschäftsjahres 2018.

Unsere bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren für die Entwicklung der Ertragslage sind für das Geschäftsjahr 2019 der Umsatz sowie das bereinigte EBITA.

➔ *Definition des bereinigten EBITA siehe Wertorientierte Konzernsteuerung auf Seite 35.*

Für einen aussagefähigen Vergleich der erwarteten Ergebnisentwicklung mit dem abgelaufenen Geschäftsjahr zu konstanten Wechselkursen wurde die Vergleichszahl für das bereinigte EBITA des Geschäftsjahres 2018 in der nachfolgenden Prognose angepasst. Ausgangsgröße für die Prognose ist das rebasierte bereinigte EBITA. Diese rebasierte Größe wurde ermittelt, indem das bereinigte EBITA des Geschäftsjahres 2018 um den zu Ist-Kursen des Geschäftsjahres 2018 umgerechneten negativen Effekt aus der Neubewertung von auf Euro lautenden Darlehen in der Türkei in Höhe von 40 Mio. € erhöht wurden.

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 segmentspezifischen Kapitalkosten gegenübergestellt.

Die zukünftige Entwicklung 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, wie beispielsweise Streiks, terroristische Anschläge oder Naturkatastrophen. Auch wenn sich derartige Ereignisse auf die einzelnen Segmentergebnisse auswirken können, sind wir aus unserer Sicht dank unseres diversifizierten Portfolios an Märkten und Destinationen gut positioniert, um im Geschäftsjahr 2019 die unten dargestellten Ziele zu erreichen.

Erwartete Entwicklung von Umsatz und bereinigtem EBITA des Konzerns

Mio. €	2018	Währungs- effekte ³	2018	2019 ¹
			rebasiiert ³	
Umsatz	19.524		19.524	in etwa 3 % Anstieg ²
Bereinigtes EBITA	1.147	40	1.187	mind. 10 % Anstieg
Bereinigungen	87			rund 125 Mio. € Kosten

¹ Steigerung gegenüber Vorjahr in Prozent auf Basis konstanter Wechselkurse und der aktuellen Konzernstruktur; die Prognose bezieht sich auf die fortzuführenden Geschäftsbereiche. Für bereinigtes EBITA bezieht sich die erwartete Steigerung auf den rebasierten Wert von 2018.

² Ohne Berücksichtigung einer währungsbedingten Kosteninflation.

³ Erhöht um den zu Ist-Kursen des Geschäftsjahres 2018 umgerechneten negativen Effekt aus der Neubewertung von auf Euro lautenden Darlehen in der Türkei in Höhe von 40 Mio. €.

UMSATZ

Für das Geschäftsjahr 2019 erwarten wir auf Basis konstanter Wechselkurse eine Steigerung des Umsatzes von rund 3 % ohne Berücksichtigung einer währungsbedingten Kosteninflation.

BEREINIGTES EBITA

Das bereinigte EBITA der TUI Group soll im Geschäftsjahr 2019 auf Basis konstanter Wechselkurse im Vergleich zum rebasierten Vorjahreswert um mindestens 10 % ansteigen. Zur Ermittlung des rebasierten Vorjahreswerts wurde der tatsächliche Vorjahreswert um den Effekt aus der Neubewertung von auf Euro lautenden Darlehen türkischer Hoteleinheiten erhöht.

BEREINIGUNGEN

Wir erwarten für das Geschäftsjahr 2019 ein gestiegenes Niveau der Bereinigungen in Höhe von insgesamt 125 Mio. € aus der weiteren Harmonisierung der Geschäfte sowie aus Effizienzsteigerungen bei den Märkten & Airlines.

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

ROIC UND WERTBEITRAG

Im Geschäftsjahr 2019 rechnen wir mit einem leichten Rückgang des ROIC. Durch das gestiegene investierte Kapital soll der Wertbeitrag in Abhängigkeit von der Entwicklung der Kapitalkosten der TUI Group gleichwohl weiter ansteigen.

Entwicklung in den Segmenten im Geschäftsjahr 2019**HOTELS & RESORTS**

Im Segment Hotels & Resorts werden wir unser Portfolio an Reisezielen mit einer Reihe von geplanten Hoteleröffnungen für das Geschäftsjahr 2019 und darüber hinaus weiter ausbauen. Damit sind wir weiterhin auf einem guten Weg, rund 60 zusätzliche Hotels vom Merger bis zum Ende des Geschäftsjahres 2019 zu eröffnen. Insgesamt erwarten wir für dieses Segment, dass der Zuwachs beim bereinigten EBITA gegenüber dem rebasierten Wert des Vorjahres geringer ausfallen wird als die Konzernprognose von mindestens 10 % im Geschäftsjahr 2019. Zur Ermittlung des rebasierten Vorjahreswerts wurde der tatsächliche Vorjahreswert um den Effekt aus der Neubewertung von auf Euro lautenden Darlehen türkischer Hoteleinheiten angepasst.

KREUZFAHRTEN

Wir werden im Geschäftsjahr 2019 drei Schiffe für unsere Kreuzfahrtmarken in Dienst stellen. Die Buchungen für die neuen Schiffe und die bestehende Flotte entwickeln sich weiterhin gut. Insgesamt erwarten wir daher für dieses Segment einen Zuwachs beim bereinigten EBITA von mehr als 10 % im Geschäftsjahr 2019.

ZIELGEBIETSERLEBNISSE

Mit der Akquisition von Destination Management und Musement bauen wir unser Segment Zielgebietserlebnisse von einem Offline-Geschäft zu einem vollständig digitalisierten Geschäft in 49 Ländern

aus. Wir entwickeln darüber hinaus auch unser maßgeschneidertes Angebot von TUI Tours. Unter Berücksichtigung der hierfür erforderlichen zusätzlichen Aufwendungen für den Ausbau der digitalen Plattformen erwarten wir für dieses Segment einen Zuwachs beim bereinigten EBITA von mehr als 10 % im Geschäftsjahr 2019.

MÄRKTE & AIRLINES

In unseren Märkten & Airlines konzentrieren wir uns 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, dessen Auswirkungen sich insbesondere im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2019 zeigen werden. Im Geschäftsjahr 2019 erwarten wir für das Ergebnis der Märkte & Airlines insgesamt einen Zuwachs beim bereinigten EBITA auf dem Niveau der Konzernprognose.

Erwartete Entwicklung der Finanzlage

Für die Entwicklung der Finanzlage des Konzerns im Geschäftsjahr 2019 haben wir die Nettosach- und Finanzinvestitionen und die Leverage Ratio des Konzerns als die bedeutsamsten Leistungsindikatoren identifiziert.

Erwartete Entwicklung der Finanzlage des Konzerns

	Erwartete Veränderung ggü. Vj.	
	2018	2019
Nettosach- und -finanzinvestitionen	827,0	rund 1,0 – 1,2 Mrd. €
Leverage Ratio	2,7	3,00(x) – 2,25(x)

NETTOSACH- UND FINANZINVESTITIONEN

Aufgrund bereits getroffener Investitionsentscheidungen und geplanter Projekte erwarten wir in der TUI Group für das Geschäftsjahr 2019 Nettosach- und Finanzinvestitionen in Höhe von rund 1,0 – 1,2 Mrd. €. 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, die Erhaltung und Erweiterung des Hotelportfolios und den Erwerb von zwei Kreuzfahrtschiffen.

LEVERAGE RATIO

Beim Schuldendeckungsgrad (Leverage Ratio) streben wir im Geschäftsjahr 2019 eine Ratio zwischen 3,00(x) und 2,25(x) an.

Nachhaltige Entwicklung

KLIMASCHUTZ UND EMISSIONEN

Als bedeutsamsten nichtfinanziellen Leistungsindikator betrachten wir den spezifischen CO₂-Ausstoß (in g CO₂/pkm) unserer Flugzeugflotte. Dieser soll bis 2020 um 10 % gemindert werden. Zudem wollen wir die CO₂-Intensität unserer weltweiten Geschäftstätigkeit im gleichen Zeitraum ebenfalls um insgesamt 10 % reduzieren (Basisgeschäftsjahr 2014).

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 2019 beurteilen wir zum Zeitpunkt der Erstellung des Lageberichts (11. Dezember 2018) 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 2019 lag die leicht unter dem Vorjahr verlaufende Geschäftsentwicklung im Rahmen unserer Erwartungen.

Das bereinigte EBITA der TUI Group soll im Geschäftsjahr 2019 auf Basis konstanter Wechselkurse im Vergleich zum rebasierten Vorjahreswert um mindestens 10 % ansteigen. Zur Ermittlung des rebasierten Vorjahreswerts wurde der tatsächliche Vorjahreswert um den Effekt aus der Neubewertung von auf Euro lautenden Darlehen türkischer Hoteleinheiten erhöht.

Basierend auf unserer Wachstumsstrategie bestätigen wir unsere Prognose, in den drei Geschäftsjahren bis 2020 einen jährlichen durchschnittlichen Zuwachs unseres bereinigten EBITA um mindestens 10 % erzielen zu wollen.* Unsere langfristige Zielgröße für die Bruttoinvestitionen der TUI Group liegt weiterhin bei 3,5 % des Konzernumsatzes.

* Basierend auf Wachstum zu konstanten Wechselkurse; durchschnittlicher jährlicher Zuwachs der drei Geschäftsjahre bis 2020 auf Basis des Geschäftsjahres 2017.

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 ihrer Konzerngesellschaften spiegeln der dargestellte Ausblick, die Chancen

sowie die Risiken für die TUI Group somit 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.

UNTERNEHMENSSTRATEGISCHE CHANCEN

Chancen für weiteres organisches Wachstum sehen wir insbesondere im weiteren Ausbau unseres Hotelportfolios, unseres Kreuzfahrtgeschäfts und des Angebots unserer Sparte Zielgebietserlebnisse. Daneben wollen wir als Marktführer 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 und über mobile Endgeräte, wollen wir unsere Wettbewerbsposition weiter verbessern. Operative Chancen sehen wir außerdem in einer verstärkten Integration unseres Geschäftsbereichs Urlaubserlebnisse mit unserem Veranstaltergeschäft.

WIRTSCHAFTSBERICHT

Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Entwicklung der weltweiten Produktionsleistung

Veränderung in %	2018	2017
Welt	+3,7	+3,7
Euro-Zone	+2,0	+2,4
Deutschland	+1,9	+2,5
Frankreich	+1,6	+2,3
Großbritannien	+1,4	+1,7
USA	+2,9	+2,2
Russland	+1,7	+1,5
Japan	+1,1	+1,7
China	+6,6	+6,9
Indien	+7,3	+6,7

Quelle: Internationaler Währungsfonds (IWF), World Economic Outlook, Oktober 2018

Im Kalenderjahr 2018 lag das Wirtschaftswachstum auf dem Niveau des Vorjahres. Für die Weltproduktion wird gemäß der Einschätzung des Internationalen Währungsfonds (IWF, World Economic Outlook, Oktober 2018) in diesem Jahr erneut ein Plus von 3,7% erwartet. Damit wurde die Prognose im Jahresverlauf gesenkt und spiegelt nun die zunehmenden Abwärtsrisiken, wie insbesondere die Handelskonflikte zwischen den beiden weltweit größten Volkswirtschaften USA und China, wider.

Entwicklung wesentlicher 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.

Der Umrechnungskurs des Britischen Pfund gegenüber dem Euro lag zum Geschäftsjahresbeginn bei 0,88 £/€ und schloss nach unterjährigen Schwankungen mit 0,89 £/€ zum 30. September 2018 in etwa auf diesem Niveau. Auch der US-Dollar notierte am Bilanzstichtag 2018 mit 1,16 \$/€ wieder annähernd auf dem Wert des Geschäftsjahresbeginns von 1,17 \$/€.

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 2018 bei 82,72 \$ pro Barrel und verteuerte sich damit im Verlauf des Geschäftsjahres 2018 um rund 47,4%.

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 75, Risikobericht auf Seite 50 und Abschnitt Finanzinstrumente im Anhang auf Seite 225.

Markt- und Wettbewerbsumfeld in der Touristik

Seit dem Zusammenschluss der TUI AG mit der TUI Travel PLC im Dezember 2014 ist die TUI Group ein weltweit führender Anbieter in der Touristik. Die Entwicklung des internationalen Touristikmarkts hat Einfluss auf alle Geschäftsbereiche der TUI Group.

TOURISTIK BLEIBT STABILE WACHSTUMSBRANCHE

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. 2017 beliefen sich die Einnahmen durch internationale Touristen auf rund 1.340 Mrd. \$. Die internationalen Ankünfte stiegen auf 1,32 Mrd. Der Anstieg betrug 7,0% und war damit der höchste seit der Finanzkrise in 2009. Es wird erwartet, dass die Zahl internationaler Ankünfte von Touristen in den Jahren von 2010 bis 2020 durchschnittlich um rund 3,8% jährlich steigen wird. Damit 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 an dritter Stelle (UNWTO, Tourism Highlights, Edition 2018).

Veränderung internationale touristische Ankünfte gegenüber Vorjahr

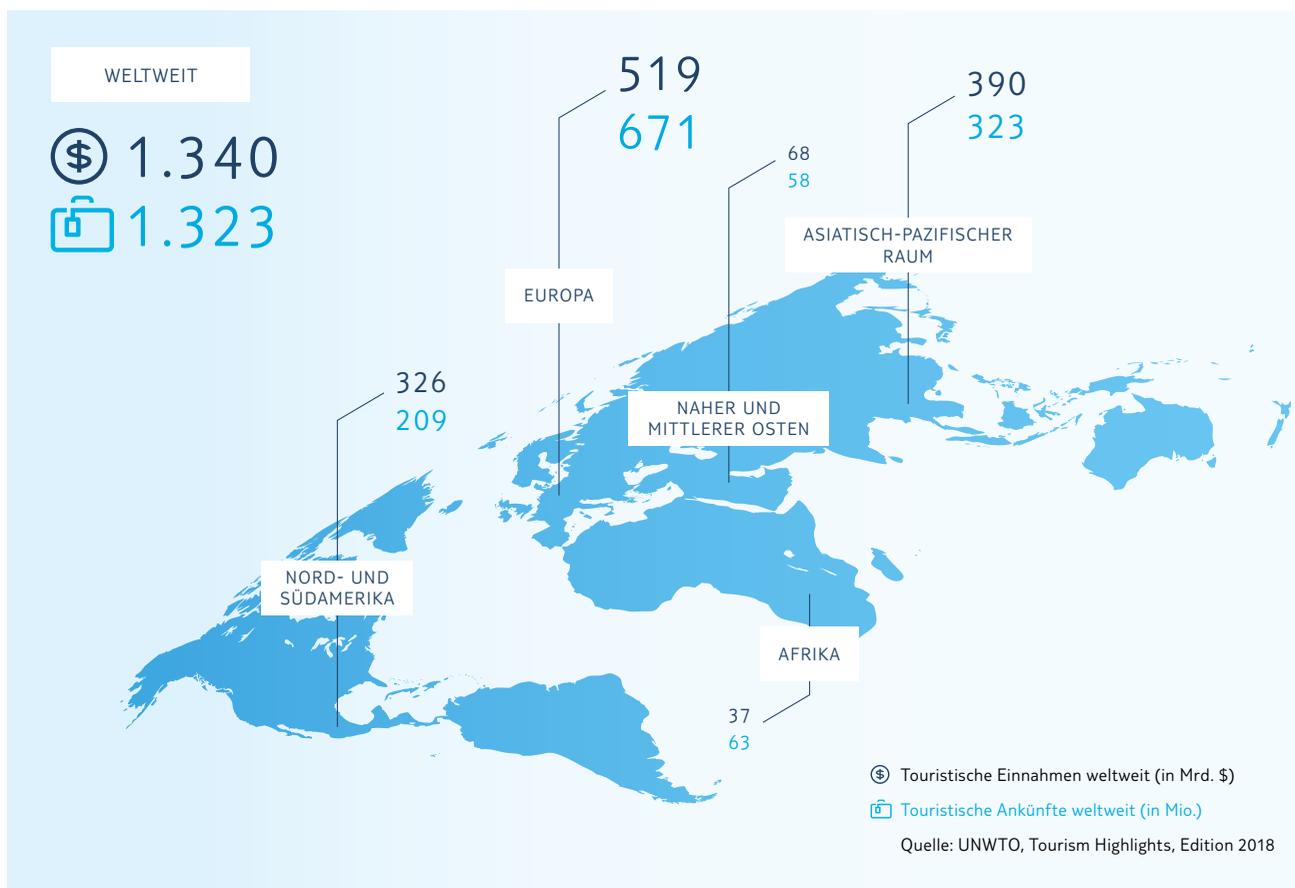
Veränderung in %	2018*	2017
Welt	+6,1	+7,0
Europa	+6,8	+8,4
Asien und Pazifikraum	+7,4	+5,6
Amerika	+3,3	+4,8
Afrika	+4,0	+8,6
Mittlerer Osten	+4,6	+4,6

Quelle: UNWTO World Tourism Barometer, Oktober 2018
*Zeitraum Januar bis Juni.

In der ersten Kalenderjahreshälfte 2018 setzte sich der Wachstumstrend weiter fort, der Anstieg der internationalen touristischen Ankünfte weltweit betrug in diesem Zeitraum 6,1%. Freizeit-, Erholungs- und Urlaubsreisen machten dabei in der Regel gut die Hälfte aller internationalen Ankünfte aus (UNWTO, World Tourism Barometer, Oktober 2018).

➔ Zum Geschäftsverlauf in den Segmenten ab Seite 67.

Internationale touristische Ankünfte und Einnahmen



Europa blieb der größte und am weitesten entwickelte Touristikmarkt der Welt. 2017 entfielen 51 % aller internationalen Ankünfte und 39 % der Touristikeinnahmen auf Europa, beide Werte stiegen damit um 8 % an. Mit Frankreich, Spanien, Italien, Großbritannien und Deutschland zählten 2017 fünf europäische Länder zu den zehn führenden weltweiten Destinationen in der Touristik. Gemessen an den internationalen Touristikeinnahmen gehörten mit Deutschland, Großbritannien und Frankreich drei unserer wichtigsten Quellmärkte zu den weltweit führenden fünf Quellmärkten. Die Quellmärkte weisen dabei unterschiedliche Konzentrationsgrade auf. Während auf dem britischen Markt mit TUI und Thomas Cook im Wesentlichen zwei Hauptakteure agieren, sind der deutsche und auch der französische Markt stärker fragmentiert.

HOTELMARKT

Der gesamte Hotelmarkt für Geschäfts- und Privatreisen weltweit belief sich in 2017 auf 476 Mrd. € (bei konstanten Wechselkursen). Für 2017 bis 2023 wird ein durchschnittlicher jährlicher Zuwachs von 3 % auf Basis konstanter Preise von 2017 erwartet (Euromonitor International Travel, Oktober 2018). 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 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 Resorhotels. 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 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.

KREUZFAHRTMARKT

Die globale Kreuzfahrtbranche wird nach Schätzungen in 2018 Umsätze in Höhe von etwa 45,6 Mrd. \$ erzielen, ein Plus von 4,6 % gegenüber dem Vorjahr. Insgesamt machen im Kalenderjahr 2018 weltweit geschätzt rund 26 Mio. Gäste eine Hochseekreuzfahrt. Der nordamerikanische Markt (USA, Karibik, Kanada, Mexiko) ist bei weitem der größte und am weitesten entwickelte Markt für Kreuzfahrten weltweit mit rund 14 Mio. Gästen und einer hohen Penetrationsrate mit einem Anteil der Kreuzfahrtpassagiere an der Gesamtbevölkerung von 3,7 % in 2017.

Dagegen wiesen die Kreuzfahrtmärkte Europas insgesamt etwa 6,8 Mio. Kreuzfahrtpassagiere und zwischen den Ländern schwankende, aber insgesamt deutlich niedrigere Penetrationsraten auf: Deutschland, Großbritannien und Irland sowie Frankreich zählen zu den fünf größten Kreuzfahrtmärkten Europas. Deutschland ist der größte Kreuzfahrtmarkt in Europa mit einem Passagieraufkommen von 2,1 Mio. Gästen in 2018. Die Penetrationsrate lag bei 2,7 % und war damit niedriger als in Großbritannien und Irland. Großbritannien und Irland sind der zweitgrößte 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)

ZIELGEBIETSERLEBNISSE

Der Markt für Touren und Aktivitäten in den Destinationen ist auf der Anbieterseite heute noch extrem fragmentiert. Von den über 300.000 Unternehmen sind mehr als 90 % Kleinanbieter mit jährli-

chen Umsätzen unter 1 Mio. €, die fast ausschließlich von Laufkundenschaft leben. Das Segment gehört mit einem weltweiten Umsatz von 150 Mrd. € und einem jährlichen Wachstum von 7 % zu den attraktivsten Feldern des Tourismus. Mit der Übernahme des italienischen Technologie-Start-ups Musement im Geschäftsjahr 2019 und dem Erwerb der Sparte Destination Management von Hotels im Berichtsjahr stärkt die TUI Group ihre Position im Geschäft mit Ausflügen, Touren und Aktivitäten in den Zielgebieten. Eine einheitliche Kundenplattform, kombiniert mit moderner Technologie, ermöglicht es zukünftig, den Kunden schon vor Antritt, aber auch während des Urlaubs maßgeschneiderte Angebote zu unterbreiten.

Marke

STARKE KERNMARKE TUI

Unsere Marke mit dem roten „Smile“ – dem lächelnden Logo, das sich aus den drei Buchstaben des Markennamens TUI formt – steht für ein durchgängiges Kundenerlebnis, digitale Präsenz und Wettbewerbsstärke. Das rote „Smile“ ist genauso bekannt wie das Logo anderer führender Marken. 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. In 2018 zählte TUI in fast allen Märkten zur Champions League globaler Marken. TUI gehört zu den bekanntesten Reisemarken in den europäischen Kernländern. Die Einführung der Marke TUI im Rahmen des Rebrandings lokaler Marken in den letzten Jahren ist sehr erfolgreich verlaufen. Im Geschäftsjahr 2018 wurde im letzten Quellmarkt Großbritannien die dortige große Veranstaltermarke Thomson von TUI abgelöst – auch hier erzielt TUI bereits eine gestützte Markenbekanntheit von 80 %.

Ertragslage des Konzerns

Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Die Ertragslage der TUI Group hat sich auch im Geschäftsjahr 2018 weiter positiv entwickelt. Das operative Ergebnis (bereinigtes EBITA) der fortzuführenden Geschäftsbereiche der TUI Group verbesserte

sich im Berichtsjahr um 4,1 % auf 1.147,0 Mio. €. Auf Basis konstanter Wechselkurse entsprach dies einer Verbesserung um 10,9 % im Vergleich zum Vorjahr. Dieser Anstieg war insbesondere auf die anhaltend gute operative Geschäftsentwicklung im Geschäftsbereich Urlaubserlebnisse zurückzuführen.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der TUI AG für die Zeit vom 1.10.2017 bis 30.9.2018

Mio. €	2018	2017	Veränderung in %
Umsatzerlöse	19.523,9	18.535,0	+5,3
Umsatzkosten	17.542,4	16.535,5	+6,1
Bruttogewinn	1.981,5	1.999,5	-0,9
Verwaltungsaufwendungen	1.289,9	1.255,8	+2,7
Sonstige Erträge	67,4	12,5	+439,2
Andere Aufwendungen	3,5	1,9	+84,2
Finanzerträge	83,8	229,3	-63,5
Finanzaufwendungen	165,5	156,2	+6,0
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen	297,7	252,3	+18,0
Ergebnis vor Ertragsteuern	971,5	1.079,7	-10,0
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	191,3	168,8	+13,3
Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	780,2	910,9	-14,3
Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	38,7	-149,5	n.a.
Konzerngewinn	818,9	761,4	+7,6
Anteil der Aktionäre der TUI AG am Konzerngewinn	732,5	644,8	+13,6
Anteil nicht beherrschender Gesellschafter am Konzerngewinn	86,4	116,6	-25,9

UMSATZERLÖSE UND -KOSTEN

Umsatz

Mio. €	2018	2017 geändert	Veränderung in %
Hotels & Resorts	606,8	679,0	-10,6
Kreuzfahrten	901,9	815,0	+10,7
Zielgebietserlebnisse	303,5	202,5	+49,9
Urlaubserlebnisse	1.812,2	1.696,5	+6,8
Region Nord	6.854,9	6.601,5	+3,8
Region Zentral	6.563,7	6.039,5	+8,7
Region West	3.577,6	3.502,2	+2,2
Märkte & Airlines	16.996,2	16.143,2	+5,3
Alle übrigen Segmente	715,5	695,3	+2,9
TUI Group	19.523,9	18.535,0	+5,3
TUI Group zu konstanten Wechselkursen	19.701,5	18.535,0	+6,3
Aufgegebene Geschäftsbereiche	-	829,0	n.a.
Summe der Segmente	19.523,9	19.364,0	+0,8

Der Umsatz des TUI Konzerns nahm im Geschäftsjahr 2018 um 5,3 % auf 19,5 Mrd. € zu. Bereinigt um Währungseffekte stieg der Umsatz um 6,3 %. Neben den um 4,7 % über dem Vorjahreswert liegenden Gästezahlen der Quellmärkte trugen Kapazitätserweiterungen im Segment Kreuzfahrten, höhere Durchschnittspreise im Segment Hotels & Resorts sowie höhere Preise in Großbritannien zum Umsatzwachstum bei. Den Umsatzerlösen werden in der Gewinn- und Verlustrechnung die Umsatzkosten gegenübergestellt, die sich im Berichtsjahr um 6,1 % erhöhten.

BRUTTOGEWINN

Der Bruttogewinn als Saldogröße aus Umsatzerlösen und -kosten blieb mit rund 2,0 Mrd. € auf dem Niveau des Vorjahres.

VERWALTUNGS-AUFWENDUNGEN

Die Verwaltungsaufwendungen erhöhten sich insbesondere durch gestiegene Personal- und IT-Kosten um 34,1 Mio. € gegenüber dem Wert des Vorjahres auf 1.289,9 Mio. €.

FINANZERGEBNIS

Das Finanzergebnis reduzierte sich um 154,8 Mio. € auf -81,7 Mio. €. Ursächlich für den Rückgang war im Wesentlichen der im Vorjahr enthaltene Gewinn in Höhe von 172,4 Mio. € aus der Veräußerung der verbliebenen Anteile an der Hapag-Lloyd AG.

EQUITY-ERGEBNIS

Das Ergebnis aus nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen enthält das anteilige Jahresergebnis der assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen sowie gegebenenfalls außerplanmäßige Wertberichtigungen auf die Geschäfts- oder Firmenwerte dieser Unternehmen. Im Berichtsjahr betrug das Equity-Ergebnis 297,7 Mio. €. Der deutliche Anstieg um 45,4 Mio. € resultierte insbesondere aus dem höheren Ergebnisbeitrag von TUI Cruises.

ERGEBNIS AUS FORTZUFÜHRENDEN GESCHÄFTSBEREICHEN

Das Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen verminderte sich im Berichtsjahr um 130,7 Mio. € auf 780,2 Mio. €.

ERGEBNIS AUS AUFGEGEBENEM GESCHÄFTSBEREICH

Beim Verkauf der Hotelbeds Group in 2016 wurde eine Umsatzgarantie zugunsten des Käufers vereinbart. Auf der Basis der in den vergangenen Perioden von der Hotelbeds Group mit dem TUI Konzern getätigten Umsätze wurde die bei Verkauf der Hotelbeds Group gebildete sonstige Verbindlichkeit neu bewertet und verminderte sich um 41,4 Mio. €. Die übrigen Ergebnisse beziehen sich auf die im Vorjahr veräußerte Specialist Group.

KONZERNGEWINN

Der Konzerngewinn erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 57,5 Mio. € auf 818,9 Mio. €.

ANTEIL DER AKTIONÄRE DER TUI AG AM KONZERNGEWINN

Der auf die Aktionäre der TUI AG entfallende Anteil am Konzerngewinn erhöhte sich von 644,8 Mio. € im Vorjahr auf 732,5 Mio. € im Geschäftsjahr 2018. Der Anstieg ist außer auf die gute operative Entwicklung des Konzerns auch auf die im Vorjahr enthaltenen Ergebnisanteile der Travelopia zurückzuführen.

ANTEIL NICHT BEHERRSCHENDER GESELLSCHAFTER AM KONZERNERGEBNIS

Der Anteil nicht beherrschender Gesellschafter am Konzernergebnis betrug im Berichtsjahr 86,4 Mio. €. Er betraf vornehmlich die RIUSA-II-Gruppe.

ERGEBNIS JE AKTIE

Die Aktionäre der TUI AG hatten nach Abzug der Minderheitsanteile im Geschäftsjahr 2018 einen Anteil von 732,5 Mio. € (Vorjahr 644,8 Mio. €) am Konzernergebnis. Dadurch ergab sich ein unverwässertes Ergebnis je Aktie für das Geschäftsjahr 2018 von 1,25 € (Vorjahr 1,10 €).

ALTERNATIVE PERFORMANCE-KENNZAHLEN

Wesentliche Kennzahlen für die Steuerung der TUI Group sind das EBITA und das bereinigte EBITA. 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 sowie im Vorjahr Ergebniseffekte aus der Containerschifffahrt.

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

Überleitung auf bereinigtes EBITA (fortzuführende Geschäftsbereiche)

Mio. €	2018	2017	Veränderung in %
Ergebnis vor Ertragsteuern	971,5	1.079,7	-10,0
abzüglich Gewinn aus der Veräußerung des Engagements in der Containerschifffahrt	–	–172,4	n. a.
zuzüglich Nettozinsbelastung	82,3	113,5	–27,5
zuzüglich Aufwand aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten	6,4	5,7	+12,3
EBITA	1.060,2	1.026,5	+3,3
Bereinigungen:			
abzüglich Abgangsgewinnen	–2,1	–2,2	+4,5
zuzüglich Restrukturierungsaufwand	34,9	23,1	+51,1
zuzüglich Aufwand aus Kaufpreisallokation	31,8	29,2	+8,9
zuzüglich Aufwand (Vorjahr Ertrag) aus Einzelsachverhalten	22,2	25,5	–12,9
Bereinigtes EBITA	1.147,0	1.102,1	+4,1

Das berichtete Ergebnis (EBITA) der TUI Group stieg aufgrund des guten operativen Geschäftsverlaufs im Geschäftsjahr 2018 um 33,7 Mio. € auf 1.060,2 Mio. € an.

EBITA			
Mio. €	2018	2017 geändert	Veränderung in %
Hotels & Resorts	425,6	353,7	+20,3
Kreuzfahrten	324,0	255,6	+26,8
Zielgebietserlebnisse	43,1	32,6	+32,6
Urlaubserlebnisse	792,7	641,9	+23,5
Region Nord	221,2	309,6	-28,6
Region Zentral	72,5	67,3	+7,7
Region West	85,1	79,4	+7,2
Märkte & Airlines	378,8	456,3	-17,0
Alle übrigen Segmente	-111,3	-71,7	-55,4
TUI Group	1.060,2	1.026,5	+3,3
TUI Group zu konstanten Wechselkursen	1.133,4	1.026,5	+10,4
Aufgegebene Geschäftsbereiche	38,7	-22,1	n.a.
Summe der Segmente	1.098,9	1.004,4	+9,4

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 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.

Das um Sondereinflüsse bereinigte operative Ergebnis (bereinigtes EBITA) der TUI Group verbesserte sich im Geschäftsjahr 2018 um 44,9 Mio. € auf 1.147,0 Mio. €.

Bereinigtes EBITA

Mio. €	2018	2017 geändert	Veränderung in %
Hotels & Resorts	425,7	356,5	+19,4
Kreuzfahrten	324,0	255,6	+26,8
Zielgebietserlebnisse	44,7	35,1	+27,4
Urlaubserlebnisse	794,4	647,2	+22,7
Region Nord	254,1	345,8	-26,5
Region Zentral	89,1	71,5	+24,6
Region West	109,3	109,2	+0,1
Märkte & Airlines	452,5	526,5	-14,1
Alle übrigen Segmente	-99,9	-71,6	-39,5
TUI Group	1.147,0	1.102,1	+4,1
TUI Group zu konstanten Wechselkursen	1.221,7	1.102,1	+10,9
Aufgegebene Geschäftsbereiche	-	-1,2	n.a.
Summe der Segmente	1.147,0	1.100,9	+4,2

Im Geschäftsjahr 2018 wurden Erträge in Höhe von 12,5 Mio. € aus der Herabsetzung von Pensionsverpflichtungen in Großbritannien und dem Verkauf von Flugzeugvermögen bereinigt. Dem gegenüber standen 31,8 Mio. € Aufwendungen aus Kaufpreisallokationen sowie übrige bereinigte Aufwendungen in Höhe von 67,5 Mio. €. Im Wesentlichen handelte es sich dabei um die folgenden Sachverhalte:

ABGANGSERGEBNISSE

Die im Geschäftsjahr 2018 bereinigten Erträge aus dem Abgang von Finanzanlagen in Höhe von 2 Mio. € betrafen insbesondere die Bewertung einer Beteiligung im Rahmen der Übernahme der Sparte Destination Management von der Hotelbeds Group.

RESTRUKTURIERUNGSKOSTEN

Die im Geschäftsjahr 2018 bereinigten Restrukturierungskosten von 35 Mio. € resultierten in Höhe von rund 13 Mio. € aus der Neuausrichtung des Fluggeschäfts in den Nordischen Ländern. Daneben wurden Aufwendungen in Höhe von rund 9 Mio. € für Restrukturierungen bei TUI fly in Deutschland sowie rund 10 Mio. € für die Integration von Transat in Frankreich bereinigt.

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 Mio. € beinhalten insbesondere Einmalaufwendungen in Höhe von 6 Mio. € im Zusammenhang mit IT-Projekten in den Regionen Nord und West. Weitere Aufwendungen von insgesamt 15 Mio. € entfielen auf Reorganisationen in den Regionen und bei den Zielgebietsagenturen.

WEITERE SEGMENTKENNZAHLEN

Überleitung auf EBITDAR (fortzuführende Geschäftsbereiche)

Mio. €	2018	2017	Veränderung in %
EBITA	1.060,2	1.026,5	+ 3,3
Abschreibungen (+)/Zuschreibungen (-) auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sach- und Finanzanlagen	438,3	464,4	- 5,6
EBITDA	1.498,5	1.490,9	+ 0,5
Langfristige Miet-, Pacht- und Leasingaufwendungen	721,4	750,0	- 3,8
EBITDAR	2.219,9	2.240,9	- 0,9

EBITDA und bereinigtes EBITDA

Mio. €	EBITDA			Bereinigtes EBITDA*		
	2018	2017 geändert	Veränderung in %	2018	2017 geändert	Veränderung in %
Hotels & Resorts	524,3	484,5	+ 8,2	524,5	485,2	+ 8,1
Kreuzfahrten	398,3	312,9	+ 27,3	398,3	312,9	+ 27,3
Zielgebietserlebnisse	52,1	40,4	+ 29,0	53,6	42,9	+ 24,9
Urlaubserlebnisse	974,7	837,8	+ 16,3	976,4	841,0	+ 16,1
Region Nord	281,7	378,6	- 25,6	302,8	402,7	- 24,8
Region Zentral	95,3	87,6	+ 8,8	109,8	89,8	+ 22,3
Region West	107,8	102,0	+ 5,7	127,6	126,8	+ 0,6
Märkte & Airlines	484,8	568,2	- 14,7	540,2	619,3	- 12,8
Alle übrigen Segmente	39,0	84,9	- 54,1	47,3	81,4	- 41,9
TUI Group	1.498,5	1.490,9	+ 0,5	1.563,9	1.541,7	+ 1,4
Aufgegebene Geschäftsbereiche	38,7	- 22,1	n. a.	-	- 1,2	n. a.
Summe der Segmente	1.537,2	1.468,8	+ 4,7	1.563,9	1.540,5	+ 1,5

*Bereinigungen gemäß Überleitung ab Seite 65 ohne darin enthaltene Ab- und Zuschreibungen.

Geschäftsentwicklung in den Segmenten

Ausblick

Im Geschäftsjahr 2018 haben wir im vierten Jahr in Folge seit dem Zusammenschluss ein zweistelliges Wachstum des bereinigten EBITA zu konstanten Wechselkursen erzielt. Die anhaltend starke Performance der TUI Group in einem herausfordernden Marktumfeld zeigt unsere erfolgreiche Transformation als integrierter Anbieter von Urlaubserlebnissen mit einer starken strategischen Positionierung und Diversifizierung über unsere Destinationen und Quellmärkte. Für die Zukunft erwarten wir weiteres Wachstum, getrieben durch die positiven Auswirkungen unserer Maßnahmen zur Digitalisierung, Effizienzmaßnahmen sowie den disziplinierten Ausbau unserer eigenen Hotel-, Kreuzfahrt- und Erlebnisangebote.

Im Segment Hotels & Resorts profitieren wir mit unserem diversifizierten Portfolio weiterhin von der wachsenden Nachfrage nach Türkei- und Nordafrika-Reisen, während sich die Nachfrage nach Spanien inklusive der Kanarischen Inseln normalisiert. Auch die Nachfrage nach unseren Ganzjahreszielen wie Mexiko und den Kapverden ist nach wie vor stark. Wir werden unser Portfolio an Zielgebieten mit einer Reihe von geplanten Hotelöffnungen weiter ausbauen. Damit sind wir weiterhin auf einem guten Weg, rund 60 zusätzliche Hotels seit dem Merger bis zum Ende des Geschäftsjahres 2019 zu eröffnen.

Unsere Kreuzfahrtmarken werden im Geschäftsjahr 2019 drei Kreuzfahrtschiffe in Dienst stellen. Die Buchungen für die neuen

Schiffe und die bestehende Flotte sowie die Erträge entwickeln sich weiterhin gut. Mit der Marella Spirit und der Hanseatic von Hapag-Lloyd Cruises haben im Herbst 2018 zwei Schiffe die Flotte verlassen. Um unsere Marktposition im deutschsprachigen Kreuzfahrtmarkt auszubauen, sind bei TUI Cruises und Hapag-Lloyd Cruises fünf weitere Neubauten in Auftrag gegeben worden, deren Auslieferung in den Geschäftsjahren 2020 bis 2026 erfolgen soll.

Mit den Akquisitionen von Destination Management und Musement bauen wir unseren Geschäftsbereich Zielgebietserlebnisse von einem Offline-Geschäft zu einem vollständig digitalisierten Geschäft in 49 Ländern aus. Wir entwickeln darüber hinaus auch ein maßgeschneidertes Angebot von TUI Tours. Damit diese strategischen Ziele erreicht werden können, sind im Geschäftsjahr 2019 zusätzliche Investitionen in die digitale Plattform (als Betriebskosten) erforderlich.

Im Geschäftsbereich Märkte & Airlines konzentrieren wir uns auf die Harmonisierung von Geschäftsprozessen, von Gemeinkosten und von Fluggesellschaften sowie auf die Erzielung von Vorteilen aus der Digitalisierung. Wir erwarten ein weiterhin herausforderndes Marktumfeld, dessen Auswirkungen sich im Q1 und Q2 des Geschäftsjahres 2019 zeigen werden. Dies unterstreicht die Bedeutung der Transformation der TUI Group von einem traditionellen Reiseveranstalter hin zu einem integrierten Anbieter von Urlaubserlebnissen. Die Vorteile aus der Transformation sollten die Auswirkungen der anhaltenden Marktherausforderungen abmildern. Derzeit sind die Buchungen für den Winter 2018/19 um 1 % niedriger und die durchschnittlichen Verkaufspreise um 2 % niedriger als im Vorjahr, wobei 60 % des Programms verkauft wurden, 2 % weniger als im Vorjahr.* Wie oben beschrieben, wurde das Programm mit Reisen nach Nordafrika und in die Türkei ausgeweitet, während es für die Kanarischen Inseln reduziert wurde. In den Nordischen Ländern reduzieren wir proaktiv die Flugkapazitäten durch die geplante Schließung von drei Flugstandorten, um die Effizienz unserer Fluggesellschaften weiter zu steigern. Dies erfolgt auch vor dem Hintergrund des anhaltenden heißen Wetters in diesem Sommer, das die Nachfrage weiter gedämpft hat. Wir haben auch unsere Flugkapazitäten im deutschen Markt reduziert, um hier die Effizienz unserer Flugaktivitäten nach den Insolvenzen von Air Berlin und Niki weiter zu verbessern. Die Buchungen für den nächsten Sommer 2019 befinden sich in einem sehr frühen Stadium. Lediglich in Großbritannien ist das Programm bereits zu mehr als 20 % gebucht; die Buchungen liegen damit um 5 % im Plus bei um 1 % niedrigeren Verkaufspreisen.

* Stand: 2. Dezember 2018 (auf Basis konstanter Wechselkurse). Die Kennzahlen umfassen sämtliche Kunden, ungeachtet einer etwaigen Ausfallgefährdung.

Im Rahmen der Quartalsberichterstattung der TUI Group werden regelmäßig aktuelle Angaben zur Buchungsentwicklung auf der TUI Website veröffentlicht.

⊕ Siehe unter: www.tuigroup.com/de_de/investoren

Urlaubserlebnisse

Urlaubserlebnisse

Mio. €	2018	2017	Veränderung in %
Umsatz	1.812,2	1.696,5	+6,8
Bereinigtes EBITA	794,4	647,2	+22,7
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	866,0	647,2	+33,8

Hotels & Resorts

Mio. €	2018	2017	Veränderung in %
Gesamtumsatz	1.389,7	1.366,2	+1,7
Umsatz	606,8	679,0	-10,6
Bereinigtes EBITA	425,7	356,5	+19,4
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	494,5	356,5	+38,7
Kapazitäten Hotels, gesamt,^{1,4} in Tsd.	39.428	39.163	+0,7
Riu	17.503	17.942	-2,4
Robinson	3.095	3.115	-0,6
Blue Diamond	3.638	2.859	+27,3
Auslastung Hotels, gesamt,^{2,4} in %	83	79	+4
Veränderung in %-Pkt.	83	79	+4
Riu	89	90	-1
Robinson	71	66	+5
Blue Diamond	80	83	-3
Erlös pro Bett Hotels, gesamt,^{3,4} in €	65	63	+2,0
Riu	64	64	+0,2
Robinson	93	91	+2,6
Blue Diamond	127	112	+12,8

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

¹ Anzahl Betten der in Eigentum/Pacht befindlichen Hotels, multipliziert mit Öffnungstagen pro Quartal.

² Belegte Betten, dividiert durch Kapazität.

³ Arrangement-Umsatz, dividiert durch belegte Betten.

⁴ Vorjahreszahlen enthalten jetzt Blue Diamond.

- Unsere führenden Hotel- und Clubmarken erzielten im Geschäftsjahr 2018 erneut ein starkes Ergebnis mit einem Anstieg des bereinigten EBITA um 138,0 Mio. € auf Basis konstanter Wechselkurse (einschließlich eines Nettoerlöses von 43 Mio. € aus dem Verkauf von drei Riu-Hotels). Die Auslastung stieg auf 83 %, und der durchschnittliche Erlös pro Bett verbesserte sich um 2 %. Der ROIC stieg zum vierten Mal in Folge auf 14,5 %

(gegenüber den durchschnittlichen gewichteten Kapitalkosten von 7,86 % im Segment Hotels & Resorts). Dies belegt die Attraktivität unseres Hotel- und Clubmarkenportfolios in den zahlreichen Destinationen, unsere Vertriebsstärke und unseren disziplinierten Investitionsansatz.

- Das bereinigte EBITA zu Wechselkursen des Geschäftsjahres 2018 beinhaltet einen negativen Wechselkurseffekt in Höhe von 69 Mio. €. Hierin enthalten ist ein nicht zahlungswirksamer Effekt in Höhe von 40 Mio. € aus der Neubewertung der Euro-Darlehen bei türkischen Hoteleinheiten infolge der Abwertung der türkischen Lira.
- Unsere Portfoliostrategie im Segment Hotels & Resorts zahlte sich im Geschäftsjahr 2018 weiterhin aus. Die Ergebnisverbesserung resultierte aus einer Erholung der Nachfrage für die Türkei und Nordafrika sowie einer starken Nachfrage für Griechenland und einer anhaltend hohen Nachfrage für die Karibik. Spanien war erneut eine unserer wichtigsten Destinationen, verzeichnete jedoch nach mehreren Jahren sehr hoher Buchungszahlen eine Normalisierung der Nachfrage.
- Die branchenweit führende Auslastung stellt die Stärke und Attraktivität unserer Marken und Destinationen sowie den Erfolg unseres integrierten Geschäftsmodells unter Beweis. Ein erheblicher Anteil der Hotelzimmer wird von uns, entweder durch unsere Märkte oder die Hotels selbst, direkt vertrieben.
- Im Geschäftsjahr 2018 setzten wir unsere Wachstumsstrategie im Segment Hotels & Resorts fort, die Gesamtzahl der Neueröffnungen stieg seit dem Zusammenschluss auf 44. Die neuen Hotels und Clubs wurden auf Sansibar, in Mexiko, auf den Malediven, in Thailand, der Dominikanischen Republik, Tunesien, Ägypten, Griechenland und Zypern eröffnet. Außer durch die Neupositionierung mehrerer Häuser setzten wir die Straffung unseres Portfolios auch durch die Veräußerung von Riu-Hotels fort, durch die wir Nettoveräußerungserlöse in Höhe von 43 Mio. € erzielten.
- Unsere wichtigsten Marken verzeichneten erneut eine gute Geschäftsentwicklung. Riu erzielte im Geschäftsjahr 2018 erneut starke Ergebnisse und einen guten ROIC bei einer sehr hohen Auslastung von 89 % und einem weiteren Anstieg der durchschnittlichen Erlöse pro Bett. Positiv wirkten darüber hinaus die oben beschriebenen Veräußerungserlöse. Robinson erzielte einen Ergebniszuwachs infolge verbesserter Geschäftsergebnisse der türkischen und nordafrikanischen Clubs, die teilweise durch die geplante Schließung von Clubs für Renovierungsarbeiten kompensiert wurden. Blue Diamond berichtete einen Ergebniszuwachs, bedingt durch die Eröffnung neuer Hotels in der Karibik. Trotz dieser Neueröffnungen verzeichnete Blue Diamond eine anhaltend hohe Auslastung.
- Das bereinigte EBITA zu konstanten Währungskursen unserer übrigen Hotels erhöhte sich aufgrund einer besseren Entwicklung unserer türkischen und nordafrikanischen Hotels deutlich.

Kreuzfahrten

Mio. €	2018	2017	Veränderung in %
Umsatz ¹	901,9	815,0	+10,7
Bereinigtes EBITA	324,0	255,6	+26,8
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	324,6	255,6	+27,0
Auslastung in %, Veränderung in %-Pkt.			
TUI Cruises	100,8	101,9	-1,1
Marella Cruises ²	100,9	101,7	-0,8
Hapag-Lloyd Cruises	78,3	76,7	+1,6
Passagiertage in Tsd.			
TUI Cruises	5.194	4.483	+15,9
Marella Cruises ²	2.953	2.720	+8,6
Hapag-Lloyd Cruises	352	349	+0,9
Durchschnittsrate³ in €			
TUI Cruises	178	173	+2,9
Marella Cruises ^{2, 4} in £	141	131	+7,6
Hapag-Lloyd Cruises	615	594	+3,5

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

² Bis Oktober 2017 unter der Marke Thomson Cruises.

³ Pro Tag und Passagier.

⁴ Integrationsbedingt inkl. aller Pauschalreiseelemente (Transfer, Flug, Hotel).

- Unsere führenden Kreuzfahrtmarken in Deutschland und Großbritannien erzielten im Geschäftsjahr 2018 erneut starke Zuwächse. Das bereinigte EBITA stieg auf Basis konstanter Wechselkurse um 69,0 Mio. €. Dies war auf die Indienststellung neuer Schiffe in Deutschland und Großbritannien bei anhaltend hoher Auslastung und hohen Durchschnittsraten aller Schiffe zurückzuführen. Insgesamt verzeichnete das Segment einen Rekord-ROIC von 22,8 % (gegenüber den durchschnittlichen gewichteten Kapitalkosten von 6,16 % im Segment Kreuzfahrten). Dies spiegelt die Eigenkapitalrendite der ertragsstarken Marke TUI Cruises und die starken Geschäftsergebnisse unserer Marella Cruises sowie Hapag-Lloyd Cruises wider.
- TUI Cruises, unser Gemeinschaftsunternehmen mit Royal Caribbean für den deutschsprachigen Markt, betrieb im Winter erstmals die Mein Schiff 6 und stellte im Mai 2018 die neue Mein Schiff 1 in Dienst. Das Ergebnis der Flotte profitierte auch von im Vergleich zum Vorjahr kürzeren Werftaufenthalten. Gegenüber dem Vorjahr stieg die durchschnittliche Tagesrate an. Dies war auf das anhaltende Wachstum der Nachfrage nach Kreuzfahrten in dem von einer weiterhin geringen Penetrationsrate gekennzeichneten deutschen Kreuzfahrtmarkt zurückzuführen. Darüber hinaus wirkte die starke Nachfrage nach unserem deutschsprachigen Premium All Inclusive-Angebot positiv.
- Unsere britische Kreuzfahrtmarke Marella Cruises betrieb im Winter erstmals die Marella Discovery 2 und stellte im Mai 2018 die zuvor von TUI Cruises als Mein Schiff 1 betriebene Marella Explorer in Dienst. Die ältere Marella Majesty verließ im Oktober 2017 die Flotte. Durch unsere Flottenmodernisierung

und die im Einklang mit der Entwicklung des britischen Kreuzfahrtmarkts erfolgende Expansion stieg die Durchschnittsrage der Flotte gegenüber dem Vorjahr an.

- Unsere Luxus- und Expeditionskreuzfahrtmarke Hapag-Lloyd Cruises verzeichnete eine starke Geschäftsentwicklung und einen Ergebniszuwachs. Die im Vergleich zum Vorjahr höhere Zahl an Werfttagen wurde durch einen Anstieg der Durchschnittsrage und die gute operative Geschäftsentwicklung kompensiert.

Zielgebietsergebnisse

Mio. €	2018	2017	Veränderung in %
Gesamtumsatz	594,1	444,8	+33,6
Umsatz	303,5	202,5	+49,9
Bereinigtes EBITA	44,7	35,1	+27,4
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	46,9	35,1	+33,6

- Unser Anbieter von Touren, Aktivitäten und Dienstleistungen in den Destinationen erzielte im Geschäftsjahr 2018 einen deutlichen Anstieg beim bereinigten EBITA. Dies war auf höhere Gästezahlen in der Türkei, Griechenland und Nordafrika, Rationalisierungseffekte in Spanien, Portugal und Griechenland sowie die Einbeziehung der Ergebnisse von Destination Management nach dem Abschluss des Erwerbs dieser Sparte von der Hotelbeds Group im August 2018 zurückzuführen.
- Ohne Berücksichtigung der Akquisition von Destination Management stieg das bereinigte EBITA zu konstanten Wechselkursen im Geschäftsjahr 2018 um 20 % gegenüber dem Vorjahr an.
- Die Übernahme des Technologie-Start-ups Musement, einer führenden Online-Plattform für Touren und Aktivitäten in Zielgebieten, wurde Oktober 2018 abgeschlossen. Zusammen mit dem Erwerb von Destination Management ist dies ein wichtiger Schritt für den weiteren Ausbau unserer Zielgebietsergebnisse als digitalisierter Anbieter in 49 Ländern.

Märkte & Airlines (bislang Vertrieb & Marketing)

Märkte & Airlines

Mio. €	2018	2017	Veränderung in %
Umsatz	16.996,2	16.143,2	+5,3
Bereinigtes EBITA	452,5	526,5	-14,1
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	449,8	526,5	-14,6
Net Promoter Score (NPS) ¹ in %, Veränderung in %-Pkt.	50	50	-
Direktvertrieb ² in %, Veränderung in %-Pkt.	74	73	+1
Online-Vertrieb ³ in %, Veränderung in %-Pkt.	48	46	+2
Gästezahlen in Tsd.	21.127	20.183	+4,7

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.

- Aufgrund fundierter Markt- und Kundenkenntnisse ist unser Geschäftsbereich Märkte & Airlines ein führender Anbieter beim Vertrieb und bei der Durchführung von Pauschalreisen. Trotz großer und unvorhergesehener externer Herausforderungen – der Hitzewelle und der Beeinträchtigungen im Flugverkehr in diesem Sommer – erzielten mehrere unserer wichtigsten Quellmärkte deutliche Ergebniszuwächse, die insbesondere durch gestiegene direkte Kosten aufgrund der Kursentwicklung des britischen Pfund überkompensiert wurden. Insgesamt verzeichneten die Märkte einen Anstieg der Gästezahlen um 4,7 % und steigerten im Berichtsjahr erneut den Anteil des Direkt- und Online-Vertriebs. Die Weiterempfehlungsrate (NPS) erreichte mit 50 den Wert des Vorjahres. Dies stellt die Stärke unseres Kundenangebots und unsere Fokussierung auf das Urlaubserlebnis unserer Kunden unter Beweis.
- Wir konzentrieren uns darauf, weitere Effizienzsteigerungen durch die Harmonisierung unserer drei regionalen Geschäftsbereiche und aus der Digitalisierung zu erreichen. Die Marke TUI haben wir erfolgreich in allen Märkten eingeführt. Alle drei Regionen werden nun einheitlich geführt. Zudem haben wir weiteres Synergiepotenzial in unseren Geschäftsprozessen und Gemeinkosten identifiziert. Darüber hinaus wollen wir im Rahmen des Programms One Aviation weitere Synergien heben.

Region Nord

Mio. €	2018	2017	Veränderung in %
Umsatz	6.854,9	6.601,5	+3,8
Bereinigtes EBITA	254,1	345,8	-26,5
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	251,1	345,8	-27,4
Direktvertrieb ¹ in %, Veränderung in %-Pkt.	93	92	+1
Online-Vertrieb ² in %, Veränderung in %-Pkt.	66	63	+3
Gästезahlen in Tsd.	7.566	7.389	+2,4

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 Russland.

- In Großbritannien wurde die Markenmigration zu TUI im Geschäftsjahr 2018 erfolgreich abgeschlossen. Wir verzeichneten erneut ein Umsatz- und Gästezahlenwachstum (+2,3%). Trotz eines weiteren Anstiegs der Durchschnittspreise gingen die Margen durch gestiegene direkte Kosten aufgrund der Kursentwicklung des britischen Pfund zurück. Die Marge wurde auch durch die Hitzewelle im Sommer und die Fluglotsenstreiks in Frankreich beeinträchtigt. Für die Zukunft ist TUI in Großbritannien als ein klarer Marktführer im Pauschalreisemarkt gut positioniert. Dank der attraktiven Reiseangebote, des hohen Anteils des Direkt- und Online-Vertriebs und des integrierten, effizienten Geschäftsmodells verzeichnet TUI in Großbritannien eine hohe Weiterempfehlungsrate.
- In den Nordischen Ländern verbesserten sich bei einer starken Geschäftsentwicklung im Winter 2017/18 Umsatz, Gästezahlen (+2,6%) und Ergebnis. Der Sommer startete mit einer guten Buchungsentwicklung, doch wirkte sich die langanhaltende Hitzewelle negativ auf die Erträge und Gästezahlen aus und dämpfte in der Folge die Geschäftsentwicklung in der zweiten Jahreshälfte. Am Jahresende gab der Bereich im Rahmen der Effizienzsteigerung bekannt, Kurzstreckenflüge an drei skandinavischen Standorten auf externe Fluglinien zu verlagern.
- Kanada verzeichnete im Geschäftsjahr 2018 einen Anstieg des bereinigten EBITA zu konstanten Wechselkursen infolge des wachsenden Geschäfts auch mit den konzernerneigenen Hotels wie Blue Diamond und Riu. In Russland reduzierte TUI ihre Kapitalbeteiligung im Geschäftsjahr 2019 auf 10%.

Region Zentral

Mio. €	2018	2017	Veränderung in %
Umsatz	6.563,7	6.039,5	+8,7
Bereinigtes EBITA	89,1	71,5	+24,6
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	89,4	71,5	+25,0
Direktvertrieb ¹ in %, Veränderung in %-Pkt.	50	49	+1
Online-Vertrieb ² in %, Veränderung in %-Pkt.	22	19	+3
Gästезahlen in Tsd.	7.707	7.151	+7,8

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

² Anteil der über Online-Plattformen verkauften Reisen.

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

- Deutschland und Österreich erzielten im Berichtszeitraum einen Zuwachs der Gästezahlen um 2,9%, der vor allem auf die starke Nachfrage für Reisen in die Türkei, nach Nordafrika und Griechenland zurückzuführen war. Wir erzielten gute Fortschritte bei unserer Strategie, den Anteil des Direkt- und Online-Vertriebs auf 50% bzw. 22% zu steigern. Das Ergebnis spiegelt den Wegfall der im Vorjahr bei TUI fly verzeichneten hohen Anzahl an Krankmeldungen wider. Diese Entwicklung wurde im Berichtsjahr größtenteils durch die Auswirkungen der Insolvenz von Niki kompensiert. Wie in unseren anderen Quellmärkten wurde auch hier die zunächst starke Nachfrage im Winter und zu Beginn des Sommers im weiteren Verlauf des Jahres durch die Hitzewelle gedämpft. Außerdem verzeichneten wir im Sommer eine erhebliche Ausweitung der Kapazitäten auf den Urlaubsrouten aufgrund der Verlagerung von Maschinen nach der Air-Berlin-Insolvenz, die die Margen, insbesondere auf den Routen nach Spanien, beeinträchtigte.
- Die Schweiz und Polen erzielten erneut eine gute Geschäftsentwicklung mit einem Anstieg der Gästezahlen und des Ergebnisses.
- Das Ergebnis der Region Zentral wurde in den vergangenen zwei Jahren durch die Insolvenzen der Fluggesellschaften Air Berlin und Niki beeinflusst, an die unsere deutsche Airline TUI fly eine Reihe von Flugzeugen samt Crews verleast hatte. Dadurch wurde das Ergebnis in den Geschäftsjahren 2017 und 2018 beeinträchtigt. Nach den Insolvenzen nahm TUI fly einige der zuvor im Rahmen von Wetlease-Verträgen an Air Berlin und Niki verleasten Maschinen und Crews zurück. Die übrigen Maschinen wurden im Rahmen eines neuen, wenngleich weniger profitablen Vertrags verleast.

Region West

Mio. €	2018	2017	Veränderung in %
Umsatz	3.577,6	3.502,2	+2,2
Bereinigtes EBITA	109,3	109,2	+0,1
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	109,3	109,2	+0,1
Direktvertrieb ¹ in %, Veränderung in %-Pkt.	73	71	+2
Online-Vertrieb ² in %, Veränderung in %-Pkt.	55	54	+1
Gästekunden in Tsd.	5.854	5.643	+3,7

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.

- In Belgien und den Niederlanden sind wir Marktführer und erzielten weitere Zuwächse der Gästekunden um 6,8 % bei insgesamt guten Margen und steigenden Anteilen des Direkt- und Online-Vertriebs. Wie in anderen Märkten wurden auch hier zu Beginn des Sommers relativ starke Beeinträchtigungen des Flugverkehrs verzeichnet.
- Frankreich erzielte im Berichtszeitraum eine enttäuschende Geschäftsentwicklung. Das Marktumfeld erwies sich als schwierig, insbesondere aufgrund der Hitzewelle im Sommer und der dadurch bedingten rückläufigen Nachfrageentwicklung, der zahlreichen alternativen Reiseziele im eigenen Land und des

Kapazitätsüberhangs im französischen Markt. Das Ergebnis profitierte zwar von der Realisierung weiterer Kostensynergien aus der Integration des Veranstalters Transat, jedoch konnten diese die Auswirkungen des herausfordernden Buchungsumfelds nicht kompensieren. Außerdem waren zu Jahresbeginn weitere Investitionen für die Markenmigration zur Dachmarke TUI auf dem französischen Markt erforderlich.

Alle übrigen Segmente**Alle übrigen Segmente**

Mio. €	2018	2017 geändert	Veränderung in %
Umsatz	715,5	695,3	+2,9
Bereinigtes EBITA	-99,9	-71,6	-39,5
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	-94,1	-71,6	-31,4

In diesem Segment sind neben den Geschäftstätigkeiten für neue Märkte insbesondere die französische Linienfluggesellschaft Corsair, die Corporate Center-Funktionen des Konzerns und der Zwischenholdings sowie die Immobiliengesellschaften des Konzerns zusammengefasst. Der Anstieg des operativen Verlusts war auf Corsair zurückzuführen und war teilweise durch eine planmäßige Flugzeugwartung zu Jahresbeginn und teilweise durch einen Zwischenfall beim Schleppen einer Maschine im Q4 2018 bedingt.

Vermögenslage des Konzerns

Entwicklung der Vermögensstruktur des Konzerns

Mio. €	30.9.2018	30.9.2017	Veränderung in %
Anlagevermögen	9.918,6	9.067,0	+9,4
Langfristige Forderungen	763,5	800,6	-4,6
Langfristige Vermögenswerte	10.682,1	9.867,6	+8,3
Vorräte	118,5	110,2	+7,5
Kurzfristige Forderungen	2.257,7	1.682,0	+34,2
Finanzmittel	2.548,0	2.516,1	+1,3
Zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte	5,5	9,6	-42,7
Kurzfristige Vermögenswerte	4.929,7	4.317,9	+14,2
Aktiva	15.611,8	14.185,5	+10,1
Eigenkapital	4.333,6	3.533,7	+22,6
Fremdkapital	11.278,2	10.651,8	+5,9
Passiva	15.611,8	14.185,5	+10,1

Die Bilanzsumme des Konzerns nahm im Vergleich zum Vorjahrestichtag um 10,1 % auf 15,6 Mrd. € zu.

Vertikale Strukturkennzahlen

Die langfristigen Vermögenswerte hatten einen Anteil von 68,4 % am Gesamtvermögen, im Vorjahr betrug er 69,6 %. Die Anlagenintensität (Anlagevermögen zu Gesamtvermögen) nahm von 63,9 % auf 63,5 % ab.

Der Anteil der kurzfristigen Vermögenswerte am Gesamtvermögen betrug 31,6 % nach 30,4 % im Vorjahr. Die Finanzmittel des Konzerns nahmen gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreswert um 31,9 Mio. € auf 2.548,0 Mio. € zu. Sie hatten damit einen Anteil am Gesamtvermögen von 16,3 %, nach 17,7 % im Vorjahr.

Horizontale Strukturkennzahlen

Die langfristigen Vermögenswerte waren am Bilanzstichtag zu 40,6 % durch Eigenkapital gedeckt, nach 35,8 % im Vorjahr. Für das Anlagevermögen betrug die Deckung durch Eigenkapital 43,7 % (Vorjahr 39,0 %). Eigenkapital plus langfristige Finanzschulden deckten das Anlagevermögen zu 66,4 %, im Vorjahr waren es 58,4 %.

Entwicklung der langfristigen Vermögenswerte des Konzerns

Struktur der langfristigen Vermögenswerte des Konzerns

Mio. €	30.9.2018	30.9.2017	Veränderung in %
Geschäfts- oder Firmenwerte	2.958,6	2.889,5	+2,4
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	569,9	548,1	+4,0
Sachanlagen	4.899,2	4.253,7	+15,2
Nach der Equity-Methode bewertete Unternehmen	1.436,6	1.306,2	+10,0
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	54,3	69,5	-21,9
Anlagevermögen	9.918,6	9.067,0	+9,4
Forderungen und Vermögenswerte	537,8	476,9	+12,8
Latente Ertragsteueransprüche	225,7	323,7	-30,3
Langfristige Forderungen	763,5	800,6	-4,6
Langfristige Vermögenswerte	10.682,1	9.867,6	+8,3

GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERTE

Die Geschäfts- oder Firmenwerte erhöhten sich um 69,1 Mio. € auf 2.958,6 Mio. €. Der Anstieg des Buchwerts ist im Wesentlichen bedingt durch die Akquisition des Geschäftsbereichs Destination Management. Gegenläufig wirkte sich die Umrechnung von Geschäfts- oder Firmenwerten, die nicht in der Berichtswährung des TUI Konzerns geführt werden, in Euro aus. Die Durchführung der Werthaltigkeitstests führte im Berichtsjahr zu keinen Wertminderungen.

SACHANLAGEN

Der Anstieg der Sachanlagen auf 4.899,2 Mio. € im Berichtsjahr war insbesondere auf den Kauf des Kreuzfahrtschiffs Marella Explorer, Investitionen in Hotelanlagen, geleistete Vorauszahlungen für Flugzeugbestellungen 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 1.290,2 Mio. €, der sich um 11,4 % gegenüber dem Vorjahr erhöht hat.

Entwicklung der Sachanlagen

Mio. €	30.9.2018	30.9.2017	Veränderung in %
Hotels mit Grundstücken	1.262,8	1.040,8	+21,3
Sonstige Gebäude und Grundstücke	194,1	165,1	+17,6
Flugzeuge	1.415,1	1.207,2	+17,2
Kreuzfahrtschiffe	995,2	860,1	+15,7
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	407,9	361,2	+12,9
Anlagen im Bau, geleistete Anzahlungen	624,1	619,3	+0,8
Gesamt	4.899,2	4.253,7	+15,2

NACH DER EQUITY-METHODE BEWERTETE UNTERNEHMEN

Nach der Equity-Methode wurden 17 assoziierte Unternehmen und 27 Gemeinschaftsunternehmen bewertet. Mit 1.436,6 Mio. € nahm ihr Wert am Bilanzstichtag gegenüber dem Vorjahr um 10,0 % zu.

Entwicklung der kurzfristigen Vermögenswerte des Konzerns

Struktur der kurzfristigen Vermögenswerte des Konzerns

Mio. €	30.9.2018	30.9.2017	Veränderung in %
Vorräte	118,5	110,2	+7,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Vermögenswerte*	2.143,9	1.583,3	+35,4
Tatsächliche Ertragsteueransprüche	113,8	98,7	+15,3
Kurzfristige Forderungen	2.257,7	1.682,0	+34,2
Finanzmittel	2.548,0	2.516,1	+1,3
Zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte	5,5	9,6	-42,7
Kurzfristige Vermögenswerte	4.929,7	4.317,9	+14,2

* Inklusive Forderungen aus derivativen Finanzinstrumenten und touristischen Anzahlungen.

KURZFRISTIGE FORDERUNGEN

Die kurzfristigen Forderungen umfassen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen, effektive Ertragsteueransprüche sowie Forderungen aus derivativen Finanzinstrumenten. Mit 2.257,7 Mio. € nahmen die kurzfristigen Forderungen um 34,2 % gegenüber dem Vorjahr zu.

FINANZMITTEL

Der Bestand an Finanzmitteln erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 1,3 % auf 2.548,0 Mio. €.

Nicht zu bilanzierendes Vermögen

Für ihren Geschäftsbetrieb setzten die Konzerngesellschaften Vermögenswerte ein, bei denen sie nach Vorschriften des IASB 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. €	30.9.2018	30.9.2017	Veränderung in %
Flugzeuge	1.547,1	1.461,1	+5,9
Hotelanlagen	675,2	728,4	-7,3
Reisebüros	212,3	217,1	-2,2
Verwaltungsgebäude	244,0	233,8	+4,4
Schiffe, Yachten und Motorboote	1,0	29,2	-96,6
Sonstiges	131,3	107,8	+21,8
Gesamt	2.810,9	2.777,4	+1,2

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

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

→ Grundlagen der TUI Group: Siehe Seite 32; TUI Aktie ab Seite 103.

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 als auch 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 zum Identifizieren von Refinanzierungsoportunitäten sind die Entscheidungsgrundlage 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 und Britischen Pfund 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 als auch 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 der von den wesentlichen Rating-Agenturen vergebenen Credit Ratings werden Handels- und Transaktionslimite festgelegt. 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. Die Festlegung der Limite erfolgt in Abstimmung zwischen dem Finanzvorstand und der Treasury-Abteilung.

Der Einsatz von derivativen Sicherungsgeschäften erfolgt grundgeschäftsbezogen; 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 Konzernanhang.

➔ *Siehe ab Seite 50 bzw. 225.*

Kapitalstruktur

Kapitalstruktur des Konzerns

Mio. €	30.9.2018	30.9.2017	Veränderung in %
Langfristige Vermögenswerte	10.682,1	9.867,6	+8,3
Kurzfristige Vermögenswerte	4.929,7	4.317,9	+14,2
Aktiva	15.611,8	14.185,5	+10,1
Gezeichnetes Kapital	1.502,9	1.501,6	+0,1
Kapitalrücklagen	4.200,5	4.195,0	+0,1
Gewinnrücklagen	-2.005,3	-2.756,9	+27,3
Anteil nicht beherrschender Gesellschafter am Eigenkapital	635,5	594,0	+7,0
Eigenkapital	4.333,6	3.533,7	+22,6
Langfristige Rückstellungen	1.730,3	1.896,1	-8,7
Kurzfristige Rückstellungen	380,9	382,6	-0,4
Rückstellungen	2.111,2	2.278,7	-7,4
Langfristige Finanzschulden	2.250,7	1.761,2	+27,8
Kurzfristige Finanzschulden	192,2	171,9	+11,8
Finanzschulden	2.442,9	1.933,1	+26,4
Langfristige sonstige Verbindlichkeiten	409,5	459,8	-10,9
Kurzfristige sonstige Verbindlichkeiten	6.314,6	5.980,2	+5,6
Sonstige Verbindlichkeiten	6.724,1	6.440,0	+4,4
Passiva	15.611,8	14.185,5	+10,1

Kapitalrelationen

Mio. €	30.9.2018	30.9.2017	Veränderung in %
Langfristiges Kapital	8.724,1	7.650,8	+14,0
Langfristiges Kapital, relativ zur Bilanzsumme %	55,9	53,9	+2,0*
Eigenkapitalquote %	27,8	24,9	+2,9*
Eigenkapital und langfristige Finanzschulden	6.584,3	5.294,9	+24,4
Eigenkapital und langfristige Finanzschulden, relativ zur Bilanzsumme %	42,2	37,3	+4,9*

* In Prozentpunkten.

Insgesamt nahm das langfristig zur Verfügung stehende Kapital um 14,0% auf 8.724,1 Mio. € zu, relativ zur Bilanzsumme betrug es 55,9% (Vorjahr 53,9%).

Die Eigenkapitalquote betrug 27,8% (Vorjahr 24,9%). Eigenkapital und langfristige Finanzschulden machten am Bilanzstichtag 42,2% (Vorjahr 37,3%) der Bilanzsumme aus.

EIGENKAPITAL

Das gezeichnete Kapital und die Kapitalrücklagen stiegen gegenüber den Vorjahreswerten leicht. Das Plus von jeweils 0,1% war durch die Ausgabe von Belegschaftsaktien bedingt. Die Gewinnrücklagen erhöhten sich im Berichtsjahr um 751,6 Mio. € auf -2.005,3 Mio. €. Andere Gesellschafter hielten einen Anteil von 635,5 Mio. € am Eigenkapital.

RÜCKSTELLUNGEN

Die Rückstellungen bestehen überwiegend aus Rückstellungen für Pensionsverpflichtungen, für Instandhaltungen und für sonstige betriebstypische Risiken, die je nach Eintrittserwartung als kurzfristig oder langfristig klassifiziert wurden. Sie ergaben am Bilanzstichtag insgesamt 2.111,2 Mio. € und lagen damit um 167,5 Mio. € bzw. 7,4% unter dem Wert des Vorjahres.

FINANZSCHULDEN

Zusammensetzung der Finanzschulden

Mio. €	30.9.2018	30.9.2017	Veränderung in %
Anleihen	296,8	295,8	+0,3
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	780,5	381,3	+104,7
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen	1.342,7	1.226,5	+9,5
Sonstige Finanzschulden	22,9	29,5	-22,4
Finanzschulden	2.442,9	1.933,1	+26,4

STRUKTURELLE VERÄNDERUNGEN DER FINANZSCHULDEN

Die Finanzschulden des Konzerns nahmen um insgesamt 509,8 Mio. € auf 2.442,9 Mio. € zu. Strukturell gab es einen leichten Anstieg der Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen sowie eine Zunahme der Finanzschulden aus der Emission des Schuldscheindarlebens.

ÜBERSICHT ÜBER DIE BÖRSENNOTIERTE ANLEIHE 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 WEITERE FINANZIERUNGSLEASING-VERPFLICHTUNGEN

Im Rahmen der allgemeinen Unternehmensfinanzierung hat die TUI AG, neben der 300,0-Mio.-€-Anleihe, im Juli 2018 ein Schuldscheindarlehen über insgesamt 425,0 Mio. € platziert. Für drei Tranchen mit Laufzeiten von fünf, sieben und zehn Jahren wurde eine Festverzinsung vereinbart, zwei weitere Tranchen über fünf und sieben Jahre werden variabel auf Basis des 6-Monats-EURIBOR zuzüglich einer fixen Marge verzinst. Die daraus resultierenden Zinsänderungsrisiken sind durch den Abschluss von laufzeitkongruenten Zinssicherungsgeschäften aufgehoben. Bei einer durchschnittlichen Laufzeit des Schuldscheindarlehens von knapp 6,5 Jahren belaufen sich die Zinskosten auf rund 1,75 % p. a.

Weiterhin wurden in den Segmenten Hotels & Resorts und Kreuzfahrten 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 die Position Finanzschulden im Konzernanhang.

SONSTIGE VERBINDLICHKEITEN

Die sonstigen Verbindlichkeiten lagen mit 6.724,1 Mio. € um 284,1 Mio. € bzw. 4,4 % über dem Vorjahr.

→ Siehe Abschnitt Finanzschulden im Konzernanhang, Seite 217.

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. Haftungsverhältnisse gegenüber Zweckgesellschaften bestanden nicht.

SYNDIZIERTE KREDITFAZILITÄTEN DER TUI AG

Die TUI AG hat im September 2014 eine syndizierte Kreditfazilität über 1,75 Mrd. € unterzeichnet. Diese syndizierte Kreditfazilität dient der allgemeinen Unternehmensfinanzierung (insbesondere in den Wintermonaten). Die Verzinsung ist variabel und abhängig

vom kurzfristigen Zinsniveau (EURIBOR oder LIBOR) sowie vom Credit Rating der TUI zuzüglich einer Marge. Zum Bilanzstichtag war diese Kreditfazilität mit 102,4 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 85,0 Mio. £ und 130,0 Mio. € abgeschlossen. Diese Avallinien werden im Rahmen der Erbringung touristischer Dienstleistungen benötigt, damit Konzerngesellschaften insbesondere Anforderungen von europäischen Kontroll- und Regulierungsbehörden zur Stellung von Garantien und Bürgschaften erfüllen können. Die ausgestellten Avale haben in der Regel eine Laufzeit von 12 bis 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 27,3 Mio. £ und 30,0 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 15,8 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. € 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

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Ausblick
Standard & Poor's	B	B+	BB-	BB-	BB	BB	stabil
Moody's	B3	B2	Ba3	Ba2	Ba2	Ba2	positiv

Aufgrund einer verbesserten Ausprägung bestimmter Kennziffern und einer kontinuierlichen operativen Verbesserung sowie der Widerstandsfähigkeit gegen geopolitische Ereignisse hat Moody's im Februar 2018 das Corporate Rating von „Ba2“ mit einem „positiven Ausblick“ versehen.

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 stabiles 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 hat Moody's zum Anlass genommen, seine Einstufung der TUI Ratings mit einem positiven Ausblick zu versehen. Wir streben eine weitere Rating-Verbesserung an, um neben Vorteilen bei den Finanzierungsbedingungen auch in angespannten gesamtwirtschaftlichen Situationen einen weiterhin verbesserten Zugang zu den Fremdkapitalmärkten zu gewährleisten. Als finanzielle Stabilitätsgrößen haben wir einen Schuldendeckungsgrad (Leverage Ratio) und einen Zinsdeckungsgrad (Coverage Ratio) in folgender grundsätzlicher Form definiert:

Leverage Ratio = (brutto-Finanzschulden + diskontierter Wert der finanziellen Verpflichtungen aus operativen Miet-, Pacht- und Charterverträgen + Verpflichtungen aus leistungsorientierten Pensionsplänen)/(EBITDA + langfristige Miet-, Pacht- und Leasingaufwendungen); Coverage Ratio = (EBITDA + langfristige Miet-, Pacht- und Leasingaufwendungen)/(Nettozinsaufwand + 1/3 der

langfristigen Miet-, Pacht- und Leasingaufwendungen). Diese grundsätzlichen Definitionen unterliegen spezifischen Anpassungen, um aktuellen Gegebenheiten Rechnung zu tragen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr betrug die Leverage Ratio 2,7(x) sowie die Coverage Ratio 6,7(x). Für das Geschäftsjahr 2019 streben wir eine Leverage Ratio zwischen 3,00(x) und 2,25(x) und eine Coverage Ratio zwischen 5,75(x) und 6,75(x) an.

➔ Siehe Ziffer (37) Kapitalmanagement im Konzernanhang auf Seite 239.

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.

Die quotierten Kreditmargen (CDS-Niveaus) für Unternehmen im so genannten Sub-Investment Grade-Bereich haben sich im Vergleich zum Vorjahr wenig verändert. Die Quotierungen bewegten sich für die TUI AG auf einem anhaltend niedrigen Niveau. Refinanzierungsmöglichkeiten waren vor dem Hintergrund des aufnahmefähigen Kapitalmarktumfelds vorhanden, das die TUI AG im Juli 2018 für die Platzierung eines Schuldscheindarlehens über 425,0 Mio. € nutzte.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde ein Schuldscheindarlehen über 425,0 Mio. € platziert. Darüber hinaus wurden für insgesamt sieben neue Flugzeuge Sale and Lease Back-Vereinbarungen getroffen. Diese umfassen Finanzierungsleasingverträge für eine B787-8 sowie zwei B737-8 Max und Operating Lease-Verträge für eine B787-9 und drei B737-8 Max.

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 889,3 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. €	2018	2017
Nettozufluss aus Geschäftstätigkeit	+1.150,9	+1.583,1
Nettoabfluss aus Investitionstätigkeit	-845,7	-687,7
Nettoabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-236,9	-733,8
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	+ 68,3	+ 161,6

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 Vorjahrs zeigt die Kapitalflussrechnung des fortzuführenden und des aufgegebenen Bereichs.

Der Finanzmittelbestand stieg im Berichtszeitraum um 31,9 Mio. € auf 2.548,0 Mio. €.

NETTOZUFLUSS AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

Aus laufender Geschäftstätigkeit flossen im Berichtsjahr 1.150,9 Mio. € (Vorjahr 1.583,1 Mio. €) zu. Der Rückgang gegenüber dem Vorjah-

reszeitraum war bei einer weiterhin positiven operativen Ergebnisentwicklung insbesondere auf einen geringeren Anstieg des Working Capital im Vergleich zum Vorjahr sowie auf eine höhere Einmalzahlung an Pensionsfonds in Großbritannien zurückzuführen.

NETTOABFLUSS AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT

Aus der Investitionstätigkeit sind im abgelaufenen Geschäftsjahr insgesamt 845,7 Mio. € abgeflossen (Vorjahr 687,7 Mio. €). Auszahlungen für Sach- und Finanzinvestitionen in Höhe von 956,2 Mio. € standen dabei Einzahlungen aus dem Verkauf von Sach- und Finanzanlagevermögen von 192,4 Mio. € gegenüber. Die Auszahlungen in Höhe von 135,6 Mio. € für den Erwerb von konsolidierten Gesellschaften betreffen fast ausschließlich die Segmente Zielgebietserlebnisse und Hotels & Resorts. 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 um 236,9 Mio. € vermindert (Vorjahr 733,8 Mio. €). Aus der Aufnahme von unbesicherten Schuldscheinverbindlichkeiten sind der TUI AG nach Abzug von Kapitalbeschaffungskosten 422,9 Mio. € zugeflossen. Gesellschaften der TUI Group haben weitere Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 11,3 Mio. € aufgenommen. 162,7 Mio. € flossen für die Tilgung von Finanzverbindlichkeiten ab, darunter 106,5 Mio. € für Finanzierungsleasingverbindlichkeiten. Für Zinszahlungen sind 110,8 Mio. € verwendet worden, für Dividenden an die Aktionäre der TUI AG 381,8 Mio. € und für Dividenden an Minderheitsaktionäre 53,5 Mio. €.

Entwicklung des Finanzmittelbestands

Mio. €	2018	2017
Bestand am Anfang der Periode	+ 2.516,1	+ 2.403,6
Wechselkursbedingte Veränderungen	-36,4	-49,1
Zahlungswirksame Veränderungen	+68,3	+161,6
Bestand am Ende der Periode	+ 2.548,0	+ 2.516,1

Der Finanzmittelbestand umfasst alle flüssigen Mittel, das heißt Kassenbestände, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks.

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

➔ Siehe Seite 158 bzw. 241.

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 ZUM SACHANLAGEVERMÖGEN

In der nachfolgenden Tabelle sind die zahlungswirksamen Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen dargestellt. Finanzierungsvorgänge, wie die Aufnahme von Darlehen und Finanzierungsleasingvereinbarungen, werden bei dieser Kennzahl nicht berücksichtigt.

Nettosach- und Finanzinvestitionen

Mio. €	2018	2017	Veränderung in %
Bruttosachinvestitionen			
Hotels & Resorts	240,6	223,0	+7,9
Kreuzfahrten	244,6	281,4	-13,1
Zielgebietserlebnisse	9,5	10,1	-5,9
Urlaubserlebnisse	494,8	514,5	-3,8
Region Nord	78,9	58,5	+34,9
Region Zentral	26,8	22,3	+20,2
Region West	46,4	31,0	+49,7
Märkte & Airlines	152,2	111,9	+36,0
Alle übrigen Segmente	146,2	146,1	+0,1
TUI Group	793,2	772,5	+2,7
Aufgebener Geschäftsbereich	-	28,6	n.a.
Summe der Segmente	793,2	801,2	-1,0
Nettovorauszahlungen auf Flugzeugbestellungen	17,7	202,5	-91,3
Finanzinvestitionen	164,1	122,6	+33,8
Desinvestitionen	-148,0	-54,4	-172,1
Nettosach- und Finanzinvestitionen	827,0	1.071,9	-22,8

Die Investitionen in sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen betragen im Berichtsjahr 793,2 Mio. € und lagen damit um -1,0% unter dem Wert des Vorjahres.

Die Investitionen betrafen im Berichtsjahr insbesondere den Erwerb und die Renovierung der Marella Explorer, die Errichtung von Hotels, insbesondere in Mexiko und auf den Kapverden, sowie den Erwerb zweier Hotels auf Sansibar, die Entwicklung und Einführung von gruppenweiten IT-Plattformen sowie geleistete Anzahlungen auf bestellte Flugzeuge. 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. €	2018	2017
Bruttosachinvestitionen (Capex)	793,2	801,2
Finanzierungsleasing	194,0	136,0
Geleistete Anzahlungen	163,1	247,8
Zugänge innerhalb der zur Veräußerung bestimmten Vermögenswerte	-	-28,6
Sonstige nicht zahlungswirksame Veränderungen	-4,2	3,5
Zugänge zu sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	1.146,1	1.159,9

Investitionsverpflichtungen

BESTELLOBLIGOS

Am Bilanzstichtag bestanden aufgrund von Vereinbarungen, die im Geschäftsjahr 2018 oder in Vorjahren abgeschlossen wurden, Bestellobligos für Investitionen in Höhe von insgesamt 3.883,3 Mio. €, davon betrafen 1.092,1 Mio. € geplante Auslieferungen im Geschäftsjahr 2018.

Zum Bilanzstichtag bestand das Orderbuch für Flugzeuge aus 70 Flugzeugen (zwei B787 sowie 68 B737), die bis zum Ende des Geschäftsjahres 2023 ausgeliefert werden sollen. Für das Geschäftsjahr 2019 ist die Auslieferung von 18 Flugzeugen vom Typ B737 Max vorgesehen.

Weitere Erläuterungen enthält der Abschnitt Sonstige finanzielle Verpflichtungen im Konzernanhang.

Nettofinanzposition

Mit dem Zwischenabschluss zum ersten Halbjahr 2018 haben wir die Definition unserer Nettoverschuldung angepasst. Während sich die Nettoverschuldung bislang als Saldo aus kurz- und langfristigen Finanzschulden und liquiden Mitteln errechnete, berücksichtigen wir zukünftig auch kurzfristige verzinsliche Geldanlagen als Abzugsposition. Der wesentliche Teil dieser Anlagen hat eine Laufzeit zwischen drei und sechs Monaten. Entsprechend den IFRS-Regelungen werden sie in der Konzernbilanz nicht als liquide Mittel, sondern innerhalb der kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Vermögenswerten ausgewiesen. Auf das Vorjahr hatte diese Anpassung keinen Einfluss.

Die Nettoliquidität der fortzuführenden Geschäftsbereiche zum 30. September 2018 verringerte sich um 459,4 Mio. € gegenüber

dem Vorjahreswert und betrug 123,6 Mio. €. Die Verringerung war insbesondere durch die Reinvestition von im Vorjahr enthaltenen Veräußerungserlösen und höheren Hotelvorauszahlungen bedingt.

Nettofinanzposition

Mio. €	30.9.2018	30.9.2017	Veränderung in %
Finanzschulden	2.442,9	1.933,1	+26,4
Finanzmittel	2.548,0	2.516,1	+1,3
Kurzfristige verzinsliche Geldanlagen	18,5	–	n. a.
Nettoliquidität	123,6	583,0	–78,8

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.

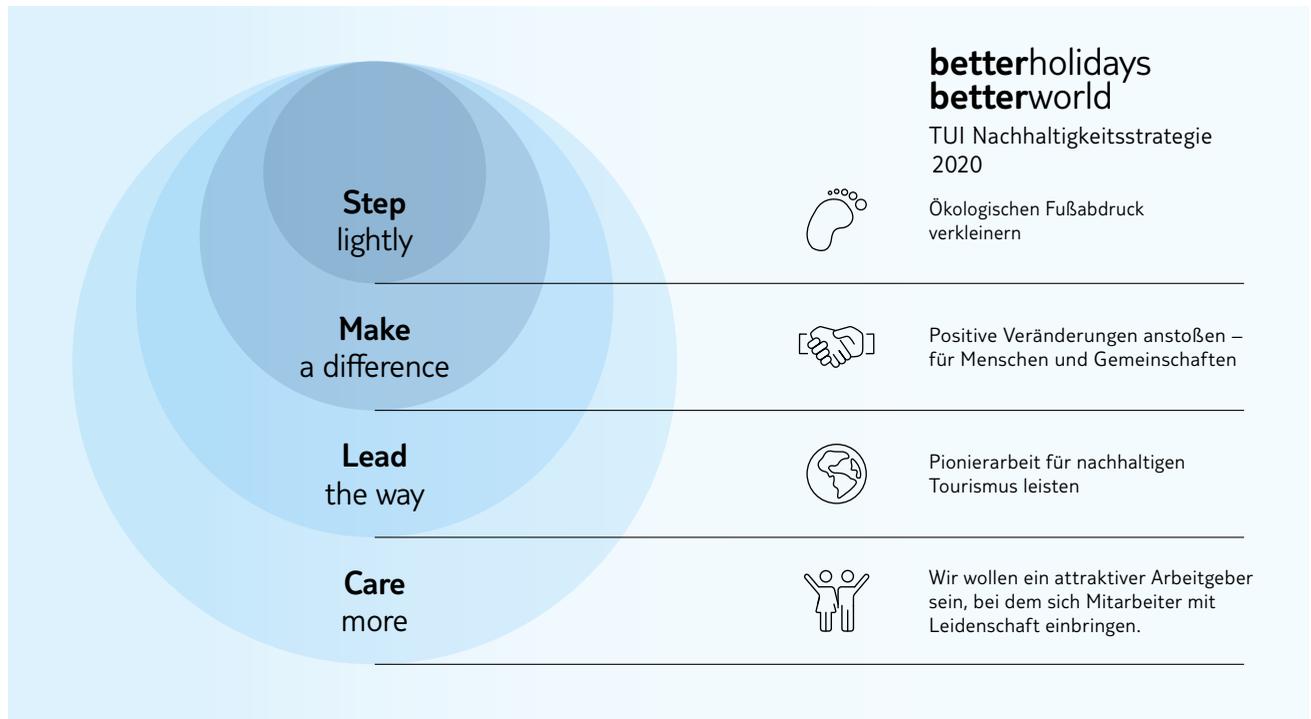
Die nichtfinanzielle Konzernerklärung wurde vom Aufsichtsrat auf Rechtmäßigkeit, Ordnungsmäßigkeit und Zweckmäßigkeit geprüft. Unsere Berichterstattung berücksichtigt die Grundsätze des UN Global Compact. Daneben orientieren wir unser Nachhaltigkeitsengagement auch an den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung (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 im Sinne des HGB § 289b 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, um zu den führenden 25 globalen Unternehmen zu gehören.

* 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.

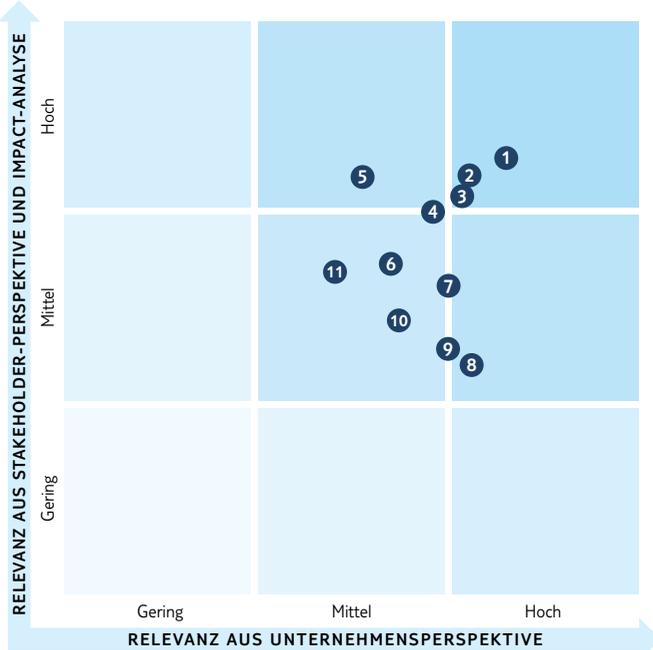
MATERIALITÄT

Im Geschäftsjahr 2018 hat die TUI Group eine formale 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 Themenfelder dar, bei denen TUI das bestehende Engagement unter Berücksichtigung der Stakeholdermeinungen ausbauen soll.

Für unsere Beurteilung haben wir folgende wesentliche Stakeholder-Gruppen identifiziert:

- Kunden
- Mitarbeiter
- Finanzmärkte
- Medien
- Nicht-Regierungsorganisationen
- Politik
- Wissenschaft
- Anteilseigner
- Lieferanten/ Geschäftspartner

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

Die Ergebnisse dieser Befragung werden aktuell mit den Führungskräften diskutiert. Dabei liegt der Schwerpunkt auf der Weiterentwicklung des strategischen Nachhaltigkeitsansatzes der TUI für die kommenden Jahre.

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 der ISO-14001:2015-Umweltstandards geprüft worden.

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 Investment Register vertreten. 2018 wurde TUI von RobecoSam in das Sustainability Yearbook mit der Auszeichnung „Silver Class“ aufgenommen. TUI nahm erneut an der Bewertung durch CDP Climate Change teil. Die Ergebnisse werden Anfang 2019 bekanntgegeben.

Im Berichtsjahr haben TUI Gesellschaften eine Vielzahl von Auszeichnungen erhalten. TUI Cruises bekam im Dezember 2017 auf der DRV-Jahrestagung die Auszeichnung EcoTrophea verliehen. Im Januar 2018 wurde TUI fly Belgien mit dem Umweltpreis des Flughafens Brüssel ausgezeichnet, und im März 2018 erzielten TUI fly Deutschland, TUI Cruises, TUI Deutschland, Robinson Club und TUI Magic Life hervorragende Plätze in der Kategorie Nachhaltigkeit bei einer Verbraucherumfrage, durchgeführt von Service Value und Focus.

Umwelt

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 der Kampf 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, den entsprechenden Beitrag zu leisten. CO₂-Emissionen sind eine der signifikantesten Umweltauswirkungen des Tourismus. Die Reise- und Tourismusbranche verursacht etwa 5 % (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	2018	2017	Veränderung in %
Airlines & Flug	6.393.342	6.115.492	+4,5
Kreuzfahrten	850.335	815.582	+4,3
Hotels	554.666	507.230	+9,4
Verwaltungsgebäude und Reisebüros	26.195	29.511	-11,2
Gästabeförderung (Land)	16.782	15.388	+9,1
Scope 3 (Sonstige)	78.852	73.254	+7,6
Gesamt	7.920.172	7.556.457	+4,8

Im Geschäftsjahr 2018 stiegen die absoluten Gesamtemissionen der TUI Group gegenüber dem Vorjahr an. Dies resultierte maßgeblich aus dem Wachstum im Bereich Airlines & Flug. Der Anstieg der absoluten CO₂-Emissionen im Segment Hotels um 9,4 % ist auf den Ausbau des eigenen Hotelportfolios zurückzuführen. Der Anstieg der Emissionen im Segment Kreuzfahrten um 4,3 % liegt vornehmlich in der Indienststellung der neuen Mein Schiff 1 von TUI Cruises begründet. Außerdem erfolgte im Geschäftsjahr erstmals eine ganzjährige Betrachtung der Mein Schiff 6.

Der starke Rückgang der CO₂-Emissionen im Bereich Verwaltungsgebäude und Reisebüros ist auf Energiesparmaßnahmen in Großbritannien und Deutschland zurückzuführen.

Energieverbrauch der Geschäftsbereiche

MWh	2018	2017	Veränderung in %
Airlines & Flug	26.070.988	24.940.489	+4,5
Kreuzfahrten	3.227.813	3.077.062	+4,9
Hotels	1.527.259	1.420.438	+7,5
Verwaltungsgebäude/ Reisebüros	88.076	91.422	-3,7
Bodentransport	67.283	61.697	+9,1
Gesamt	30.981.419	29.591.108	+4,7

Im Rahmen der Umweltberichterstattung der TUI Group weisen wir auch den Energieverbrauch nach Geschäftsbereichen aus. Der Bereich Airlines & Flug macht mehr als 84 % 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 2017 wurden TUI Airways und TUI fly Deutschland im Airline-Ranking der Klimaschutzorganisation atmosfair mit den Plätzen 1 und 3 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:

- Flottenerneuerung: Aufnahme von fünf neuen Boeing-737-Max-Flugzeugen (Gesamtzahl bestätigter Bestellungen: 73) mit einem um 14 % geringeren Treibstoffverbrauch und NOx-Emissionen sowie um 40 % niedrigeren Geräuschemissionen als die vorherige Flugzeuggeneration
- 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

Wir erwarten, durch Effizienzsteigerungsmaßnahmen und die Flottenerneuerung in den nächsten Jahren weiterhin Fortschritte zu erzielen. Uns ist jedoch bewusst, dass die Erreichung unseres Ziels einer Reduzierung der CO₂-Intensität unserer Geschäftstätigkeit um 10 % bis 2020 eine Herausforderung sein wird.

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 Veranstalterairlines und somit 95 % unserer Flotte nach ISO 14001:2015 zertifiziert.

Das TUI „Aviation Environment & Fuel-Team“ ist für die Harmonisierung des Treibstoff- und Umweltmanagements unserer Airlines zuständig, das in einer einheitlichen operativen Richtlinie mit Verfahren und Steuerungsinstrumenten festgelegt ist. Zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele der TUI Group gewährleistet das Team die durchgängige Umsetzung von Initiativen und Projekten. Neue Entwicklungen sowie Updates zu den Ergebnissen werden regelmäßig dem TUI Aviation Board präsentiert, damit rechtzeitig geeignete Maßnahmen ergriffen werden können.

TUI Airlines – Treibstoffverbrauch und resultierende Emissionen

		2018	2017	Veränderung in %
Spezifischer Treibstoffverbrauch	l/100 pkm*	2,65	2,65	-0,1
Kohlendioxidemissionen (CO ₂) – absolut	t	5.860.431	5.571.719	+5,2
Kohlendioxidemissionen (CO ₂) – spezifisch	kg/100 pkm*	6,67	6,67	-0,1

* pkm = Passagierkilometer.

TUI Airlines – CO₂-Intensität

		2018	2017	Veränderung in %	g CO ₂ e/pkm*
TUI Airline-Flotte	g CO₂/pkm*	66,7	66,7	-0,1	67,3
Corsair International	g CO ₂ /pkm*	84,9	84,3	+0,8	85,8
TUI Airways	g CO ₂ /pkm*	63,6	63,4	+0,2	64,2
TUI fly Belgien	g CO ₂ /pkm*	70,0	71,5	-2,2	70,7
TUI fly Deutschland	g CO ₂ /pkm*	64,7	63,5	+1,9	65,4
TUI fly Niederlande	g CO ₂ /pkm*	64,0	65,2	-1,8	64,7
TUI fly Nordic	g CO ₂ /pkm*	58,2	61,3	-5,3	58,8

* pkm = Passagierkilometer.

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

Der spezifische CO₂-Ausstoß unserer Airlines ging im Geschäftsjahr 2018 um 0,1 % zurück. Corsair International als Fernstrecken-Fluglinie transportiert sowohl Passagiere als auch Frachtgut. Der Frachtguttransport führt zu einem höheren Treibstoffverbrauch und CO₂-Ausstoß. Dies drückt sich in der CO₂-Intensität der Airline aus. Der spezifische CO₂-Ausstoß bei der deutschen TUI fly ist auf eine

Flottenerweiterung im Zusammenhang mit der Air-Berlin-Insolvenz zurückzuführen.

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 2018 hat TUI Cruises die neue Mein Schiff 1 in Dienst gestellt. Durch eine Kombination modernster Technologien erzielen 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 1 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.

Im Geschäftsjahr 2018 setzte TUI Cruises ein von der Brancheninitiative Futouris unterstütztes Projekt zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen an Bord fort. Durch Prozessoptimierungen und Schulungen wurden die Lebensmittelabfälle an Bord des Schiffes um 17 % reduziert. Die Ergebnisse sowie konkrete Handlungsansätze werden der Kreuzfahrtbranche zur Verfügung gestellt und kontinuierlich in der gesamten TUI Cruises-Flotte umgesetzt.

Alle Hapag-Lloyd-Schiffe verfügen 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. Das Expeditionsschiff Bremen von Hapag-Lloyd Cruises hat als eines der weltweit ersten Passagierschiffe das „Polar Code“-Zertifikat für das Befahren der Polarregionen erhalten. Um Emissionen in Häfen zu reduzieren, ist die Europa 2 für die Landstromversorgung ausgerüstet, die von entsprechenden Häfen an den Liegeplätzen angeboten wird.

Marella Cruises arbeitet im Geschäftsjahr an der Verbesserung von Betriebsprozessen mit Umweltauswirkungen und erweiterte die interne Erfassung und Steuerung von Verbrauchsdaten. Somit konnten der Trinkwasserverbrauch und das Abfallaufkommen sowie die spezifischen CO₂-Emissionen im Vergleich zum Vorjahr gesenkt

werden. 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.

Kreuzfahrten – CO₂-Intensität, Trinkwasser und Abfall

	2018	2017	Veränderung in %
Kohlenstoffdioxid – spezifisch kg/Kreuzfahrtpassagier pro Übernachtung	101	108	-6,5
Frischwasser – spezifisch l/Kreuzfahrtpassagier pro Übernachtung	110	162	-31,9
Abfall – spezifisch l/Kreuzfahrtpassagier pro Übernachtung	12,7	14,7	-13,6

Im Geschäftsjahr 2018 ging der relative CO₂-Ausstoß im Kreuzfahrtsegment um 6,5 % zurück. Dies war vor allem durch das laufende Flottenerneuerungsprogramm, Energieeffizienzmaßnahmen und technologische Verbesserungen bedingt.

Pro Nacht und Passagier belief sich die Abfallmenge auf 12,7 Liter – eine Reduzierung um 13,6 % – und der Frischwasserverbrauch auf 110 Liter, ein Rückgang um 31,9 %. 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 Bemühen, diese Kriterien einzuhalten, zum Beispiel indem wir sie auf die Zertifizierung vorbereiten.

TUI Hotels waren in 2018 an zahlreichen Nachhaltigkeitsprojekten und -initiativen beteiligt:

- Rechtzeitig zu Beginn der Sommersaison 2018 hat der Robinson Club Apulia eine große Photovoltaikanlage mit 3.280 Solarmodulen

mit einer Gesamtfläche von 5.500 Quadratmetern in Betrieb genommen. Während der viermonatigen Bauzeit wurde die moderne Solaranlage auf verschiedenen Gebäudekomplexen des Clubs installiert, etwa auf dem Restaurant, der Werkstatt und einigen Gästehäusern. Rund 71% des produzierten Stroms werden für die Eigenversorgung der Clubanlage genutzt. 29% werden in das lokale Stromnetz eingespeist.

- Riu, die größte Hotelmarke der TUI Group, leistet einen wichtigen Beitrag zur Vermeidung von Plastikabfällen. Die Riu-Hotels in Spanien und Portugal sowie auf den Kapverden bieten ihren Gästen seit diesem Sommer kompostierbare Trinkhalme. Riu plant, sie ab 2019 auch in seinen Hotels im karibischen Raum einzuführen. Dadurch wird weniger Plastikabfall produziert und die Umwelt geschützt. Die neuen Trinkhalme sind zu 100% biologisch abbaubar. Auch mehrere andere TUI Hotelmarken, beispielsweise TUI Blue, TUI Magic Life und Robinson, haben entschieden, Einweg-Plastikstrohhalm abzuschaffen und bei Bedarf umweltfreundliche Trinkhalme anzubieten.
- Um Potenzial für Energie- und Wassersparmaßnahmen und damit verbundene Kosteneinsparungen zu identifizieren, arbeitete TUI mit Hotels in einem Projekt zusammen. Durch eine intensive Analyse der Verbrauchsdaten sowie von Experten begleitete Vor-Ort-Besuche in Portugal, auf Lanzarote und Menorca wurde ein Einsparpotenzial von insgesamt mehr als 1.700 MWh in drei Hotels des Segments TUI Hotels & Resorts identifiziert. Die Umsetzung mehrerer Maßnahmen wird intern nachverfolgt und begleitet.

wasserversorgung. So stellen Entsalzungsanlagen in Urlaubsländern einen wichtigen Baustein zur Minderung des Drucks auf die Wasserressourcen dar.

TIERSCHUTZ

Die TUI Group überprüft ihre Anbieter gemäß etablierten Tierschutzleitlinien. 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 150 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.

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 Mio. nachhaltigere* Urlaubsreisen anbieten, damit mehr Menschen vor Ort von den Vorteilen des Tourismus profitieren können.

Hotels – CO₂-Intensität, Wasser* und Abfall

	2018	2017	Veränderung in %
Kohlenstoffdioxid – spezifisch kg CO ₂ /Übernachtung	9,45	9,43	+0,2
Wasser – spezifisch l/Übernachtung	556	531	+4,7
Abfall – spezifisch kg/Übernachtung	2,2	2,3	-4,3

* 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 2018 auf 2,2 kg.

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 Frisch-

* 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, und setzen uns insbesondere für das Zertifizierungsprogramm Travelife ein.

TUI Collection ist ein von TUI entwickeltes exklusives Ausflugsprogramm, das darauf abzielt, Gästen einen authentischen Eindruck von der besuchten Destination zu vermitteln. Jeder Ausflug im Rahmen des Collection-Programms muss bestimmte Nachhaltigkeitskriterien erfüllen. Es ist nachzuweisen, dass die Bevölkerung vor Ort von dem Ausflug profitiert und dessen Umweltauswirkungen minimiert worden sind.

Nachhaltigere Urlaubsreisen

	2018	2017	Veränderung in %
Kunden (in Mio.) in zertifizierten Hotels ¹	9,2	8,3	+11,9
Anzahl zertifizierter Hotels ¹	1.520	1.356	+12,1
Anteil GSTC-zertifizierter Hotels bei TUI Hotels (in %)	78	76	+2 ²
Anzahl TUI Collection- Ausflüge	1.177.095	1.024.000	+15,0

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

² Veränderung ist in Prozentpunkten angegeben.

Im Geschäftsjahr 2018 stieg die Anzahl an Gästen, die in einem nach einem vom GSTC anerkannten Standard zertifizierten Hotel übernachteten, um 11,9 % auf 9,2 Mio. Dieser Anstieg resultiert maßgeblich aus verbesserten und angepassten Berichtsprozessen und einem Anstieg der Anzahl zertifizierter Hotels um 12,1 % auf 1.520 Hotels. Zum Zweck einer besseren Vergleichbarkeit wurde die Anzahl der Hotels im Geschäftsjahr 2017 unter Anwendung des angepassten Berichtsprozesses auf 1.356 aktualisiert (statt 1.220). Im Geschäftsjahr 2018 nahmen 1.177.095 Gäste an Ausflügen des TUI Collection-Programms teil. Dies entspricht einem Zuwachs von 15 % gegenüber dem Vorjahr.

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.

Unsere Kundenbefragung aus dem Jahr 2017 zeigt, dass immer mehr Kunden Touristikunternehmen in der Verantwortung sehen, ihre Nachhaltigkeitsauswirkungen zu managen und nachhaltigere Urlaubsangebote zu entwickeln. Dieses Ergebnis ist zugleich Bestätigung unserer Strategie „Better Holidays, Better World“ und Ansporn für unsere Bemühungen, während der gesamten Urlaubsreise proaktiv mit Kunden über Nachhaltigkeitsthemen zu kommunizieren.

- 57 % der Befragten gaben an, sie würden umweltfreundlichere Urlaubsreisen buchen, wenn diese leichter erhältlich wären (gegenüber 40 % in 2012).
- 53 % gaben an, dass Touristikunternehmen, die aktiv in Umwelt- und Sozialinitiativen investieren, für sie ein besseres Image hätten (gegenüber 39 % in 2012).
- 68 % gaben an, sie seien bereit, für das Wohl der Umwelt Kompromisse bei ihrem eigenen Lebensstil einzugehen (gegenüber 60 % in 2012).

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.

In 2018 setzten wir die Analyse der von uns angebotenen Produkte fort, um sicherzustellen, dass wir den Anforderungen an barrierefreies Reisen im Rahmen der neuen EU-Pauschalreiserrichtlinie entsprechen, die am 1. Juli 2018 in Kraft getreten ist. Wir werden uns weiterhin darauf fokussieren, die Kunden bei der Urlaubsbuchung diesbezüglich umfassender zu informieren.

DIALOG

Nachhaltiges Tourismusmanagement bindet die Stakeholder in den gastgebenden Ländern aktiv mit ein. Wir arbeiten hierbei eng mit der Bevölkerung, lokalen und nationalen Regierungen, Nichtregierungsorganisationen und Verbänden zusammen, um ein nachhaltiges Destinationsmanagement zu unterstützen.

DAS „LAB OF TOMORROW“

Der Tourismus spielt für die ägyptische Wirtschaft eine bedeutende Rolle. Im „Lab of Tomorrow“, einer gemeinsam mit der deutschen Organisation für Entwicklungszusammenarbeit GIZ durchgeführten Initiative, geht TUI mit Hilfe der TUI Care Foundation die Herausforderungen des Mangels an Fachkräften sowie Bildungs- und Ausbildungsangeboten sowie der niedrigen Erwerbsbeteiligung von Frauen an. In 2018 arbeiteten wir gemeinsam mit den öffentlichen und privaten Projektpartnern an Lösungen für diese Probleme. Gemeinsam untersuchten, entwickelten und testeten wir neue Geschäftsmodelle in kleinem Umfang in Ägypten, um die Konzepte zu erproben. Die untersuchten Themenbereiche umfassen den Aufbau von Kompetenzen im Hotelmanagement und die Verbesserung von Fach- und Berufsbildungsprogrammen für junge Menschen in der Tourismusbranche, um Qualitätsstandards zu verbessern.

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 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.

Gemeinnützige Projekte

Mio. €	2018	2017	Veränderung in %
Unterstützung für Nachhaltigkeits-/ gemeinnützige Projekte	7,8	7,3	+6,8

Der für Nachhaltigkeitsprojekte und gemeinnützige Projekte im Geschäftsjahr 2018 aufgewandte Betrag belief sich auf 7,8 Mio. €, ein Anstieg um 6,8% gegenüber dem Vorjahr.

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. Beispiele:

- Die Stiftung trägt zur Förderung von Selbstbestimmung und Eigenverantwortlichkeit bei jungen Menschen durch die Arbeit der TUI Academies in der Dominikanischen Republik, auf Sansibar und in Vietnam bei, wo benachteiligte Jugendliche Bildungs- und Ausbildungsangebote erhalten.
- Das TUI Turtle Aid-Programm verfolgt das Ziel, bis 2020 1 Mio. Meeresschildkröten durch innovative Forschungs- und Schutzmethoden zu retten. Die Projekte werden in Zusammenarbeit mit lokalen Organisationen auf den Kapverden, in der Türkei und in Griechenland durchgeführt.
- Durch das TUI Cares-Programm fördert die Stiftung den Einkauf bei lokalen Anbietern, schafft kulturelle Erlebnisse für Urlauber und fördert Möglichkeiten unternehmerischer Initiative in Destinationen wie Kreta, Lanzarote und Andalusien.

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.

- Der 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 Hotelanbietern, sich einer vom Global Sustainable Tourism Council (GSTC) anerkannten Nachhaltigkeitszertifizierung durch Dritte zu unterziehen. Die vom GSTC genehmigten und/oder 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 9,2 Mio. angestiegen. Die Zahl der zertifizierten Hotels hat sich auf 1.520 erhöht.

Ein wichtiger Schwerpunkt der Maßnahmen liegt auf der Sensibilisierung aller Geschäftsbereiche für das Thema Menschenrechte. In 2018 haben wir spezifische Schulungen zum Thema „moderne

Sklaverei“ ausgeweitet, unterstützt durch Informationsmaterial und Videos.

In 2018 absolvierten mehr als 4.600 Kollegen eine Schulung bei TUI Destination Experiences zum Thema Kinderschutz. Im Berichtsjahr wurde ein E-Learning-Modul zu „moderner Sklaverei“ entwickelt und eingeführt, das bereits von 82 % der Kollegen absolviert wurde. Alle Besatzungsmitglieder der TUI Fluggesellschaften in Großbritannien und den Nordischen Ländern durchlaufen bei ihrer Einarbeitung eine Schulung zum Thema „Gefährdete Kinder & Menschenhandel“. Hierbei wird vermittelt, wie Fälle von Menschenhandel erkannt werden können und was in einem solchen Fall zu tun ist. 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 organisierten wir im April 2018 gemeinsam mit Travelife Seminare für Hoteliers in Thailand, um das Thema zu adressieren und die Zahl der Hotels, die sich um eine Nachhaltigkeitszertifizierung bemühen, weiter zu steigern.

In 2018 begründete die TUI Care Foundation die TUI Academy in Huế in Vietnam. Das Projekt bietet Bildungs- und Ausbildungsmaßnahmen, um das Leben benachteiligter Jugendlicher zu verbessern, die auf der Straße arbeiten, darunter eine Berufsausbildung für 350 junge Menschen. Etwa 180 benachteiligte Jugendliche absolvieren ein Ausbildungsprogramm für das Hotellerie- und Gastromiegewerbe in einem als Sozialbetrieb geführten Ausbildungsrestaurant, das in Huế gegründet wurde.

Unsere Mitarbeiter

Damit wir als ein führendes Touristikunternehmen am Markt erfolgreich sein können, sind qualifizierte und engagierte Mitarbeiter für TUI ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Um die besten Talente zu rekrutieren, zu entwickeln und langfristig zu halten, haben wir daher mit dem Ziel „The best company to work for“ im Jahr 2016 eine nachhaltige HR-Strategie entwickelt, die sich aus fünf strategischen Kernbereichen zusammensetzt: Engagement sowie Leadership, People Development, Organisational Effectiveness und HR Function Development. Innerhalb dieser Bereiche sind insgesamt 15 strategische Projekte ins Leben gerufen worden, welche auch in diesem Berichtsjahr weiter vorangetrieben wurden. Hiermit möchten wir auch unsere Vision „Think Travel. Think TUI.“ und die Unternehmenswerte „Trusted“, „Unique“ und „Inspiring“ noch stärker im Handeln unserer Mitarbeiter verankern.

Über die Strategieumsetzung und den Stand der strategischen Projekte werden Aufsichtsrat und Management regelmäßig informiert. Der Aufbau eines straffen Projekt-Reportings wurde auch in diesem Jahr weiterverfolgt und soll in Zukunft noch stärker forciert

werden. Parallel werden durch die Festlegung von KPIs als Steuerungsinstrument zukünftig die Messbarkeit und die Nachhaltigkeit der Projekte umfassender abgebildet werden.

Zunehmende Bedeutung erlangt für TUI das Thema digitale Transformation. Dies bezieht sich einerseits auf die veränderte Bereitstellung von Produkten und Dienstleistungen gemäß unseren Kundenanforderungen, andererseits stellt das Thema auch unsere Mitarbeiter vor technische, kulturelle und organisatorische Herausforderungen. Die wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhänge werden komplexer, die technologischen Vernetzungen umfassender. Gleichzeitig bieten sich hieraus Chancen für eine individuellere Lebens- und Arbeitsgestaltung. Diesen Anforderungen und dem permanenten Wandel der Arbeitswelten wollen TUI und der Konzernbetriebsrat aktiv begegnen und die Zukunft gemeinsam gestalten. Mit dem politischen Papier „newWork@TUI“, welches in diesem Jahr vereinbart wurde, werden die dafür notwendigen Rahmenbedingungen und Meilensteine auf dem Weg durch die digitale Transformation vorgegeben.

Systemtechnisch unterstützen wir unser Ziel, im HR-Bereich digitaler zu werden, mit der Einführung der konzernweiten HR Cloud-Lösung TUI People. Diese wird uns perspektivisch bei der Rekrutierung, Performancebeurteilung, Weiterentwicklung und Bindung unserer Mitarbeiter unterstützen. Damit leistet TUI People einen wichtigen Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit unseres Unternehmens und zur persönlichen Entwicklung unserer Mitarbeiter. Im Oktober 2017 wurde das erste von fünf Modulen, „Performance & Talent Management“, als Pilot in sieben deutschen Konzerngesellschaften erfolgreich eingeführt. Mit Beginn des neuen Geschäftsjahres wird das Modul in weiteren Quellmärkten und deutschen Konzerngesellschaften ausgerollt und unterstützt den gruppenweiten „Great Place to Grow“-Prozess. Darüber hinaus werden in 2019 die weiteren Module sukzessive eingeführt.

CARE MORE

Wir möchten ein attraktiver Arbeitgeber sein, bei dem sich unsere Mitarbeiter mit Leidenschaft und ihrer Persönlichkeit einbringen. Mit „Care More“, der vierten Säule von „Better Holidays, Better World“, sind unsere Mitarbeiter ein fester und zentraler Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Denn sie machen TUI zur Nummer eins der Tourismusbranche und ihre Zufriedenheit, ihr Engagement und ihre persönliche Entwicklung sind für uns eine wichtige Voraussetzung für langfristigen Erfolg. Unser Ziel ist es, das Mitarbeiterengagement bis 2020 auf mehr als 80 Punkte zu steigern, um zu den führenden 25 globalen Unternehmen zu gehören. Dieses Ziel bildet auch den Rahmen für die Umsetzung unserer strategischen HR-Projekte.

HR-STRATEGIE-PROJEKTE

MITARBEITERBEFRAGUNG TUIGETHER

TUIgether ist die Mitarbeiterbefragung der TUI Group, welche in Kooperation mit einem unabhängigen Marktforschungsinstitut durchgeführt wird. Nachdem bereits in den vergangenen drei Jahren Mitarbeiterbefragungen durchgeführt worden sind, ist das Instrument sehr gut etabliert. Daher wurde unter Einbeziehung

von Management- und Mitarbeiterfeedback die diesjährige Umfrage als kürzere Pulsversion gestaltet.

Die Pulsumfrage bildet als übersichtlicher „Gesundheitscheck“ den Übergang zur nächsten Vollbefragung und gibt damit dem Management und den Teams ein Jahr mehr Zeit, die aus den Ergebnissen aus 2017 hervorgegangenen Aktionen weiter zu bearbeiten. Das Hauptmerkmal der Pulsbefragung ist der verkürzte Fragebogen; der Teilnehmerkreis sowie die Berichtsstruktur auf Teamlevel wurden jedoch beibehalten. Für das kommende Jahr ist erneut eine vollumfängliche Mitarbeiterbefragung mit komplettem Fragebogen geplant, um die Veränderungen durch die in 2017 vereinbarten Aktionen detailliert zu evaluieren.

Unsere Fokusthemen Engagement, das TUI-Führungsmodell VIBE – Vision, Inspire, Build Teams, Execute – sowie die drei Fragen zur Bewertung des vorangegangenen Follow Up-Prozesses bildeten die Bestandteile der Pulsbefragung.

Um auch den Prozess des Mitarbeiterfeedbacks an die Digitalisierung anzupassen, wurde in 2018 zum ersten Mal eine App für die TUIgether-Befragung verwendet. Für die Erprobung der App wurde ein ausgewählter Teilnehmerkreis festgelegt, um die Teilnahme per Mobiltelefon oder Tablet zu testen. Zusätzlich bietet die App den Führungskräften die Möglichkeit, auch die Ergebnisberichte direkt auf das Mobiltelefon oder das Tablet herunterzuladen. Das stellt gerade für Führungskräfte, die viel reisen, einen deutlichen Mehrwert dar.

Der Engagement Index der TUI Group liegt in 2018 bei 76, und damit zwei Punkte über der globalen Norm unseres beauftragten Marktforschungsinstituts. Im Vergleich zum Wert der TUI Group in 2017 mit 77 Punkten ist der Wert in 2018 lediglich um einen Punkt gesunken. Auch der Gesamtwert aus dem Führungsindex VIBE ist mit 72 Punkten im Vergleich zu 2017 mit 73 Punkten relativ stabil geblieben. Parallel haben auch die Einzelwerte der vier VIBE-Säulen den Führungskräften geholfen, Fokusthemen für das kommende Jahr festzulegen.

Das Ziel einer Rücklaufquote von 80 % haben wir mit der diesjährigen Teilnahmequote von 75 % fast erreicht.

Die Philosophie der TUIgether-Mitarbeiterbefragung wird durch eine transparente und strukturierte Kommunikation sowie eine aktive Teilnahme am Follow-up-Prozess untermauert. Hierzu gibt es auf TUI Group Ebene viele Maßnahmen, die diese Vorgehensweise unterstützen. Die Follow-up-Phase beginnt mit einer Ergebnispräsentation im TUI Group Executive Committee. Im Anschluss gibt es die ausdrückliche Erwartung an alle Führungskräfte im Konzern, die Ergebnisse im Team zu teilen und daraus gemeinsam Maßnahmen abzuleiten.

TUIgether und die Auseinandersetzung mit den Ergebnissen haben eine große Bedeutung für das TUI Group Executive Committee. Das zeigt auch die Einbindung in die Senior Leadership Team-Konferenzen. Bei diesen Veranstaltungen erfolgt regelmäßig eine

Fokussierung auf die Umsetzung der Maßnahmen und Initiativen. Als weiteres Gremium werden auch dem TUI Aufsichtsrat die Ergebnisse und Fortschritte über das Jahr hinweg präsentiert. Die starke Präsenz von TUIgether in diesen wichtigen Gremien verschafft der Befragung die nötige Aufmerksamkeit der Führungsebene, um als Instrument für die Verbesserung der Unternehmensperformance und des Mitarbeiter-Engagements etabliert zu werden.

Des Weiteren werden die Ergebnisse von TUIgether über verschiedene Kanäle auch an die Mitarbeiter kommuniziert. Die einzelnen Teamergebnisse stehen den Führungskräften für Diskussionen und Teamworkshops zur Verfügung. Die Gesamtergebnisse werden zudem im TUI Group Intranet veröffentlicht. Über die vergangenen Jahre hat sich auch das Format des „TUIgether Chats“ etabliert, bei dem Mitarbeiter mit Mitgliedern des Vorstands in direkten Kontakt treten können. Eine neue Kommunikationsinitiative sind die „TUIgether Heroes“. Dabei können lokale Teams oder Mitarbeiter ihre Best Practice-Maßnahmen in Videos und Artikeln mit Kolleginnen und Kollegen im Konzern teilen.

Die anhaltende Verbindlichkeit von TUIgether sowie der transparente und verständliche Follow-up-Prozess haben unsere Mitarbeiterbefragung zu einem grundlegenden Feedbackinstrument gemacht, welches kontinuierlich Fortschritte im ganzen Unternehmen vorantreibt.

EMPLOYER BRANDING

TUI möchte sich durch die Schaffung einer einheitlichen Arbeitgebermarke als attraktiver Arbeitgeber positionieren und etablieren. Das übergeordnete Ziel unserer HR-Strategie „The best company to work for“ bildete dabei den Rahmen für die Entwicklung und Einführung einer Employer Branding-Kampagne. Mit Hilfe dieser Kampagne möchten wir die besten Talente ansprechen und rekrutieren. Wir verändern uns zu einem digitaleren Unternehmen mit mehr Vernetzung und Integration. Dies spiegelt sich auch in der aktiven Nutzung verschiedener digitaler Kanäle sowie dem homogenen Auftritt zur Bewerberansprache wider. Nachdem im letzten Jahr die Kampagne in Deutschland umgesetzt worden war, wurde die Kampagne im aktuellen Geschäftsjahr in weiteren Regionen wie der Western Region und bei TUI Destination Experiences ausgerollt. Weitere Länder folgen in Kürze.

ONESHARE

OneShare ist ein weiteres strategisches Projekt mit dem Ziel, das Engagement und die Bindung der Mitarbeiter zu steigern. Mit der Teilnahme an diesem Programm haben Mitarbeiter weltweit die Möglichkeit, langfristig Aktien aus einem gemeinsamen Mitarbeiteraktienprogramm zu zeichnen. Dies soll ihnen eine attraktive Investitionsmöglichkeit bieten und gleichzeitig die Identifikation mit TUI stärken. In 2017 mit insgesamt 18 Ländern gestartet, wurde OneShare im Berichtszeitraum erfolgreich in sechs weiteren Ländern ausgerollt. Darüber hinaus gab es in diesem Geschäftsjahr erstmals den zusätzlichen Baustein „Golden Shares“. Jeder Teilnehmer erhielt, unabhängig von der jeweiligen Investitionsmenge, zwölf zusätzliche Aktien. In 2018 betrug die Teilnahmequote insgesamt 14,1 % und übertraf somit die Zielgröße von 10 % deutlich. Dieses

Ergebnis spiegelt die hohe Attraktivität des Angebotes für unsere Mitarbeiter wider.

PEOPLE DEVELOPMENT

Unser Erfolg hängt von qualifizierten und engagierten Mitarbeitern ab. Ein Schwerpunkt der TUI HR-Strategie liegt daher im Bereich People Development. Innerhalb dieses Bausteins tragen verschiedene Projekte und Programme dazu bei, Fach- und Führungskräfte vorausschauend zu entwickeln, die Diversität der Belegschaft zu erhöhen und verschiedene Karrierewege zu fördern.

„GREAT PLACE TO GROW“

Ein wesentlicher Fortschritt im Bereich People Development ist die konzernweite Etablierung des globalen Performance- und Talent Management-Ansatzes „Great Place to Grow“, welcher durch die technologische Plattform TUI People unterstützt wird.

Kernelement von „Great Place to Grow“ ist ein dreistufiger, strukturierter Dialogprozess zwischen Führungskräften und Mitarbeitern, der im ersten Schritt die jährliche Planung individueller Ziele und Entwicklungsmöglichkeiten vorsieht. Ein Zwischen- und ein Enddialog sollen dazu dienen, den jeweiligen Fortschritt zu überprüfen und die aktuelle Entwicklung zu besprechen. Dabei bilden die jeweiligen Aufgaben und Ziele, die individuellen Potenziale sowie die Verankerung der TUI Values in das tägliche Handeln den inhaltlichen Schwerpunkt der Gespräche. Durch klare Richtlinien und Definitionen sichern wir mit „Great Place to Grow“ ein einheitliches Verständnis von Performance, Potenzial und Entwicklungsperspektiven, mehr Transparenz und Sichtbarkeit der Fähigkeiten von Potenzialträgern sowie ein gezieltes Nachfolgemanagement.

Im Rahmen des „Great Place to Grow“-Jahreszyklus ist zudem die Durchführung von „Talent Calibration Panels“ vorgesehen. Diese bringen Führungskräfte und HR zusammen, um die Performance und die Potenzialeinschätzungen der Mitarbeiter in ihren Bereichen zu validieren und zu kalibrieren. Die für den jeweiligen Bereich abgestimmten Ergebnisse sind auch Basis für die Erstellung eines Nachfolgeplans.

LEARNING@TUI

TUI versteht sich als lernende Organisation. Durch regelmäßige Trainings und Learnings zielen wir darauf ab, unsere Mitarbeiter entsprechend dem jeweiligen Bedarf persönlich und fachlich weiterzuentwickeln und optimal auf bestehende und zukünftige Anforderungen vorzubereiten. Um den Austausch zwischen Gesellschaften und Bereichen innerhalb der TUI zu intensivieren und das Lernen von- und miteinander zu fördern, fand in diesem Jahr in dem bereits etablierten Format eine gesellschaftsübergreifende Learning Week unter dem Motto „newWork@TUI – TUI as a Learning Organisation“ statt. Dabei wurde inhaltlich ein Schwerpunkt auf das Thema digitale Transformation gelegt, welche auch im Bereich Learning eine zunehmend wichtige Rolle spielt. Neben zahlreichen E-Learnings und Online-Trainings gibt es die TUI Academies, die online gezielte Weiterbildungsangebote für ausgewählte Bereiche zur Verfügung stellen. Auch auf lokaler Ebene bestehen individuelle digitale Lernangebote wie Online-Bibliotheken oder digitale Learning Hubs.

Im kommenden Geschäftsjahr wird zudem das Learning-Modul im Rahmen von TUI People eingeführt werden. Mit einer gemeinsamen Plattform, basierend auf neuester Technik, orts- und zeitunabhängigem Zugang sowie qualitativ hochwertigen, personalisierten, innovativen und intuitiven Lernangeboten, möchten wir unsere Mitarbeiter optimal qualifizieren und in der Ausübung ihrer Tätigkeit bestmöglich unterstützen. Des Weiteren können durch die gemeinsame Nutzung von Lernangeboten Synergien geschaffen und die Sicherstellung der Einhaltung spezifisch rechtlicher Anforderungen innerhalb der TUI-Welt gewährleistet werden.

NACHFOLGEPLANUNG & NACHWUCHSSICHERUNG

Eine vorausschauende Nachfolgeplanung ist essentiell für den Erfolg unseres Unternehmens. Um die Nachbesetzung geschäftsrelevanter Funktionen und Schlüsselpositionen anforderungsgerecht sicherzustellen, wurde in diesem Geschäftsjahr eine konkrete Nachfolgeplanung für die oberen Führungsebenen verabschiedet. Diese berücksichtigt kurz-, mittel- sowie langfristige Nachbesetzungen, sodass zu jeder Zeit Handlungsfähigkeit besteht und geeignete personelle Ressourcen vorhanden sind. Über die Nachfolgeplanung erfolgt ein regelmäßiger Bericht an den Aufsichtsrat.

Zur Sicherung und Entwicklung eines geeigneten Fach- und Führungskräftenachwuchses führt TUI neben dem konzernweiten „International Graduate Leadership“-Programm zudem global etablierte Programme wie „Global High Performance Leadership“, „Perspectives“ oder „Horizons“ durch. Ebenso finden auch auf lokaler Ebene zusätzliche Maßnahmen statt, um Fach- und Führungskräfte zu entwickeln.

INTERNATIONALE KARRIEREN / „GLOBAL 360“

Mit dem Ziel, internationale Karrieren zu fördern und die Mitarbeitermobilität innerhalb der TUI Group zu erhöhen, wurde in 2016 das Projekt „Global 60“ initiiert. Im Rahmen dieser internationalen Karriereinitiative sollten interessierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch einen Einsatz im Ausland die Möglichkeit bekommen, internationale Arbeitserfahrungen zu sammeln, in andere Kulturen einzutauchen und die TUI Group aus einer anderen Perspektive kennenzulernen. Gleichzeitig sollten auch Führungskräfte bei der Rekrutierung von Talenten ermuntert werden, über die Grenzen des eigenen Marktes hinauszublicken.

Im Rahmen der „Global 60 Conference“ Ende 2017 diskutierten die Teilnehmer des ersten Jahres zusammen mit dem Vorstand über Vor- und Nachteile internationaler Karrieren und erarbeiteten Empfehlungen für die zukünftige Weiterentwicklung des Programms sowie die Umsetzung in „Business as usual“. Ein Ergebnis war die Umbenennung des Programms in „Global 360“. Die neue Bezeichnung spiegelt die Internationalität der TUI Group und zugleich die 360-Grad-Sicht der TUI AG auf internationale Karrieren auf allen Ebenen und in allen Bereichen der Organisation wider. Sie steht auch für die vielfältigen Auswirkungen des Projekts auf die Kultur, die Arbeitsweise und den Erfahrungsaustausch zwischen den Quellmärkten und verschiedenen Bereichen. Somit gilt die Initiative auch als ein Treiber des Kulturwandels bei TUI hin zu einer globaleren Arbeitswelt.

In diesem Geschäftsjahr haben sich im Rahmen von „Global 360“ insgesamt 44 Mitarbeiter bereit erklärt, an dem Projekt zu partizipieren, um neue berufliche, persönliche und kulturelle Erfahrungen zu sammeln.

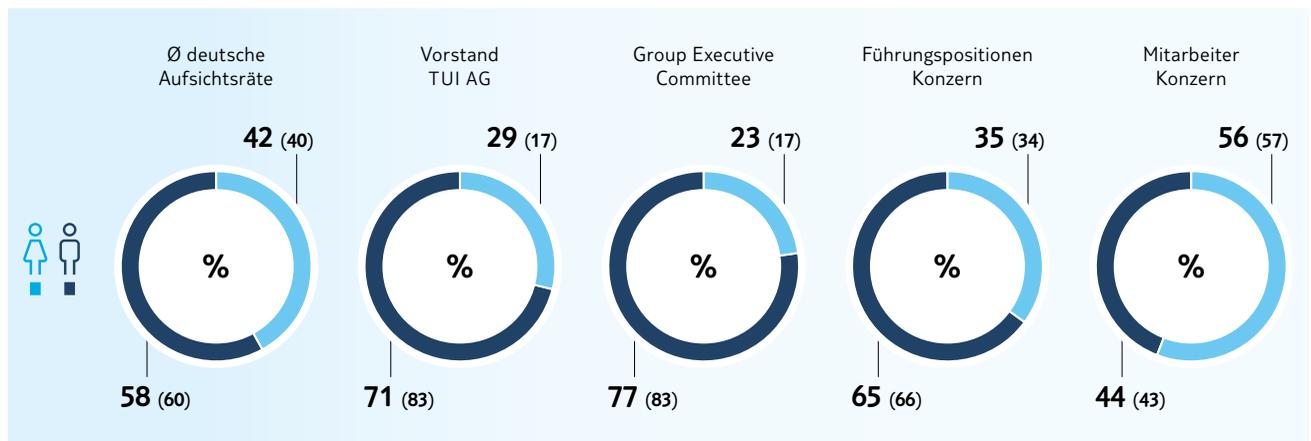
DIVERSITY@TUI

Insgesamt reduzierte sich der Anteil von Frauen an der Gesamtleitung um rund einen Prozentpunkt von 56,6% auf 55,7%. Ein wichtiger Schwerpunkt der Aktivitäten im Bereich

Diversity liegt auf der Erhöhung des Anteils weiblicher Führungskräfte. Der Anteil der Frauen in Führungspositionen hat sich weiterhin positiv entwickelt. Er erhöhte sich von 34,1% auf 34,5%.

Auch in unseren deutschen Aufsichtsratsgremien hat sich der Frauenanteil im Berichtszeitraum weiterhin positiv entwickelt. Zum Bilanzstichtag 30. September 2018 konnten wir bei der Gesamtbetrachtung einen Frauenanteil von knapp 42% vorweisen, der damit rund zwei Prozentpunkte über dem des Vorjahres lag.

Frauenanteil



Vorjahreswerte in Klammern

In Deutschland wurden bereits im Geschäftsjahr 2015 im Rahmen der Selbstverpflichtung gemäß den gesetzlichen Bestimmungen des AktG und des GmbHG konkrete Zielgrößen für die TUI AG, TUI Deutschland und TUI fly festgelegt. Im letzten Geschäftsjahr wurden nahezu alle Zielgrößen erreicht. Für das Jahr 2020 wurden für diese Gesellschaften im Rahmen der Selbstverpflichtung erneut Zielgrößen festgelegt. An den Vorstand erfolgt regelmäßig eine Berichterstattung über den Status quo.

Maßnahmen, die langfristig auf die Erhöhung der Frauen in Führungsfunktionen abzielen, wurden eingeleitet. Dazu gehört zum Beispiel die Vorgabe von mindestens einer Frau in der Endauswahl bei Neu- oder Nachbesetzungen für Funktionen im so genannten Senior Leadership Team.

→ Siehe auch Erklärung zur Unternehmensführung und Corporate Governance-Bericht auf Seite 112.

Frauenanteil in Führungspositionen

in %	30.9.2018	30.9.2017	Ziel 2020
TUI AG			
Aufsichtsrat	35	35	30
Vorstand/Geschäftsführung	2 Frauen	1 Frau	mind. 1 Frau
Erste Managementebene unterhalb des Vorstands/der Geschäftsführung	24	18	20
Zweite Managementebene unterhalb des Vorstands/der Geschäftsführung	24	24	30
TUI Deutschland			
Aufsichtsrat	56	50	30
Vorstand/Geschäftsführung	20	25	25
Erste Managementebene unterhalb des Vorstands/der Geschäftsführung	28	36	30
Zweite Managementebene unterhalb des Vorstands/der Geschäftsführung	48	39	40
TUI fly			
Aufsichtsrat	33	33	30
Vorstand/Geschäftsführung	0	0	20
Erste Managementebene unterhalb des Vorstands/der Geschäftsführung	25	43	30
Zweite Managementebene unterhalb des Vorstands/der Geschäftsführung	42	42	40

Ein weiterer Schwerpunkt ist die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. TUI ermöglicht den Mitarbeitern mit unterschiedlichen attraktiven Angeboten berufliche und private Anforderungen miteinander zu vereinbaren. Dazu gehören u. a. flexible Arbeitszeitmodelle wie Gleitzeit, Teilzeit, Sabbaticals, aber auch mobiles Arbeiten. Darüber hinaus unterstützen wir unsere Mitarbeiter bei der Betreuung von Kindern sowie der Pflege von Angehörigen. Bei allen Aktivitäten orientiert sich TUI an den jeweiligen lokalen Anforderungen und Gegebenheiten.

MITARBEITERKENNZAHLEN

Der Mitarbeiterbestand der TUI Group erhöhte sich im Berichtszeitraum insbesondere aufgrund des Erwerbs der Sparte Destination Management von der Hotelbeds Group um 4,5 %.

Mitarbeiter nach Segmenten

	30.9.2018	30.9.2017	Veränderung geändert	Veränderung in %
Hotels & Resorts	27.643	26.313		+5,1
Kreuzfahrten*	328	316		+3,8
Zielgebietserlebnisse	8.469	5.412		+56,5
Urlaubserlebnisse	36.440	32.041		+13,7
Region Nord	12.513	14.196		-11,9
Region Zentral	10.389	10.276		+1,1
Region West	6.595	6.523		+1,1
Märkte & Airlines	29.497	30.995		-4,8
Alle übrigen Segmente	3.609	3.541		+1,9
TUI Group	69.546	66.577		+4,5

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

HOTELS & RESORTS

Bedingt durch die Fortführung der Wachstumsstrategie im Segment Hotels & Resorts stieg die Anzahl der Beschäftigten zum Bilanzstichtag um 5,1% auf 27.643 Mitarbeiter an. Die Inbetriebnahme von neuen Hotelanlagen sowie die Aufnahme von weiteren Destinationen führten zu einem Personalaufbau. Bei der Riu Gruppe stieg die Mitarbeiterzahl leicht um 2,0% auf 12.336. Der Neueröffnung von Hotels wie zum Beispiel in Tansania standen Schließungen in der Dominikanischen Republik sowie auf St. Martin gegenüber. Die Anzahl der Mitarbeiter bei Robinson erhöhte sich leicht um 1,5% auf 3.945. Bei den Übrigen Hotels erhöhte sich die Anzahl der Mitarbeiter auf 1.536. Dies basiert im Wesentlichen auf dem weiteren Ausbau der Marke TUI Blue. Bei den Northern Hotels stieg die Anzahl der Mitarbeiter leicht um 2,4% auf 9.826.

KREUZFAHRTEN

Im Segment Kreuzfahrten stieg die Anzahl der Mitarbeiter im Vergleich zum Vorjahr um 3,8% auf 328 an. Die Erhöhung war in erster Linie auf die Neubauprojekte im Expeditionsbereich sowie einen leichten Aufbau bei Marella Cruises zurückzuführen.

ZIELGEBIETSERLEBNISSE (TUI DESTINATION EXPERIENCES)

Das Segment Zielgebietserlebnisse verzeichnete zum Bilanzstichtag im Vergleich zum Vorjahr einen Anstieg der Mitarbeiterzahl um 56,5% auf 8.469. Dies resultiert hauptsächlich aus dem Erwerb der Sparte Destination Management von der Hotelbeds Group. Darüber hinaus stieg die Mitarbeiterzahl durch den organisatorischen Wechsel von Mitarbeitern aus Großbritannien in den Bereich Zielgebietserlebnisse.

REGION NORD

Im Vergleich zum Vorjahr sank die Mitarbeiterzahl in der Region Nord um 11,9% auf 12.513. Dies ist im Wesentlichen auf den organisatorischen Wechsel von Mitarbeitern aus Großbritannien in den Bereich Zielgebietserlebnisse zurückzuführen.

REGION ZENTRAL

Die Anzahl der Mitarbeiter blieb in der Region Zentral zum Bilanzstichtag mit 10.389 nahezu auf Vorjahresniveau. In Deutschland und Österreich blieb die Beschäftigtenzahl nahezu konstant. Die Schweiz verzeichnete einen leichten Personalanstieg auf 509 Mitarbeiter. Insbesondere in Polen stieg die Anzahl der Mitarbeiter durch Shop-Neueröffnungen auf 671.

REGION WEST

Die Mitarbeiterzahl in der Region West ist im Vergleich zum Vorjahr um 1,1% auf 6.595 gestiegen. Insbesondere resultiert dies aus einem Aufbau im Bereich Airline in den Niederlanden und Belgien. Dem gegenüber steht ein Rückgang in Frankreich.

ALLE ÜBRIGEN SEGMENTE

Die Kategorie „Alle übrigen Segmente“ blieb mit 3.609 Mitarbeitern nahezu auf Vorjahresniveau. Im Corporate Center erhöhte sich die Anzahl der Beschäftigten insbesondere durch den Aufbau neuer Funktionen um 9,3% auf 317 Mitarbeiter. Die Anzahl der Mitarbeiter in den Head Office-Funktionen in UK stieg um 4,5% auf 299. Im Bereich Future Markets reduzierte sich die Mitarbeiterzahl um 21,1% auf 359, im Wesentlichen bedingt durch organisatorische Veränderungen in Indien.

Mitarbeiter nach Regionen*

	30.9.2018	30.9.2017	Veränderung in %
Deutschland	10.345	10.274	+0,7
Großbritannien	11.770	13.354	-11,9
Spanien	9.952	9.607	+3,6
Übriges Europa	22.594	20.911	+8,0
Nord- und Südamerika	5.005	4.535	+10,4
Übrige Regionen	9.880	7.896	+25,1
TUI Group	69.546	66.577	+4,5

*Übersicht über die Mitarbeiter nach Sitz der Gesellschaft.

Mit 79% ist der Großteil unserer Mitarbeiter in Europa beschäftigt. In Großbritannien ging die Anzahl der Mitarbeiter aufgrund des organisatorischen Wechsels in den Bereich Zielgebietserlebnisse auf 17% zurück. In Deutschland waren rund 15% aller Mitarbeiter beschäftigt, gefolgt von Spanien mit rund 14%.

Durch den Erwerb der Sparte Destination Management von der Hotelbeds Group sind elf neue Länder hinzugekommen. Dies spiegelt sich vor allem in einem Anstieg der Mitarbeiterzahlen außerhalb Europas wider.

Weitere Mitarbeiterkennzahlen

in %	TUI Group		Deutschland	
	30.9.2018	30.9.2017	30.9.2018	30.9.2017
Beschäftigungsstruktur				
Mitarbeiter (Anzahl)	69.546	66.577	10.345	10.274
Mitarbeiter, weiblich	55,7	56,6	68,4	68,4
Weibliche Mitarbeiter in Führungspositionen	34,5	34,1	35,4	33,9
Mitarbeiter in Teilzeit, gesamt	16,4	17,3	38,8	37,9
Mitarbeiter in Teilzeit, weiblich	25,6	26,2	49,1	47,8
Mitarbeiter mit befristeten Arbeitsverhältnissen	28,4	30,0	12,7	14,2
Altersstruktur				
Mitarbeiter bis 20 Jahre	4,8	5,1	2,8	3,1
Mitarbeiter, 21–30 Jahre	29,3	30,1	19,6	20,1
Mitarbeiter, 31–40 Jahre	26,6	26,4	22,3	22,9
Mitarbeiter, 41–50 Jahre	23,8	23,7	30,1	30,8
Mitarbeiter über 50 Jahre	15,5	14,7	25,2	23,1
Betriebszugehörigkeit				
Bis 5 Jahre	55,7	54,0	34,1	33,6
6–10 Jahre	13,9	14,9	11,7	12,8
11–20 Jahre	20,4	20,8	30,2	30,8
21–30 Jahre	8,0	8,3	19,1	17,9
Über 30 Jahre	2,0	2,0	4,9	4,9
Ausbildung in Deutschland				
Auszubildende (Anzahl)	–	–	565	571
Auszubildende, weiblich	–	–	77,5	79,0
Ausbildungsquote	–	–	5,5	5,6
Ausbildung im Geschäftsjahr abgeschlossen (Anzahl)	–	–	190	193
Übernahmequote	–	–	71,6	73,1

Personalaufwand

Mio. €	2018	2017	Veränderung in %
Löhne und Gehälter	1.982,3	1.896,4	+4,5
Sozialabgaben	299,7	293,0	+2,3
Altersversorgungs- aufwand	154,3	167,6	-7,9
Gesamt	2.436,3	2.357,0	+3,4

Das Vergütungspaket bei der TUI Group enthält verschiedene Bausteine, die sich an länder- und gesellschaftsspezifischen Rahmenbedingungen orientieren. Dabei werden Marktüblichkeit und Angemessenheit berücksichtigt. In Abhängigkeit von der jeweiligen Funktion kann das Vergütungspaket, neben einem fixen Grundgehalt, auch variable Bestandteile beinhalten. Damit sollen die individuellen Leistungen der Mitarbeiter honoriert und gleichzeitig deren nachhaltige Beteiligung an den langfristigen Unternehmenszielen gefördert werden. Aufgrund von Aktienoptionsmöglichkeiten kann das Seniormanagement überdies direkt an der Wertsteigerung des Unternehmens partizipieren.

Der Personalaufwand des TUI Konzerns erhöhte sich im Berichtszeitraum um 3,4 % auf 2.436 Mio. €. Der Anstieg der Aufwendungen für Löhne und Gehälter im Vergleich zum Vorjahr resultiert insbesondere aus einer höheren Mitarbeiterzahl in den operativen Bereichen sowie Tarifierpassungen.

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

ALTERSTEILZEIT

Das Altersteilzeitgesetz bietet den deutschen Konzerngesellschaften zur Flexibilisierung ihrer betrieblichen Personal- und Nachfolgeplanung ein zusätzliches Instrument zur Gestaltung des gleitenden Übergangs in den Ruhestand. Diese Möglichkeit wird durch aktuelle Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen teilweise unterstützt und verstärkt genutzt. Die erforderliche Absicherung der im Blockmodell angesparten Wertguthaben gegen eine etwaige Insolvenz des Arbeitgebers zum Auszahlungszeitpunkt betrug zum Bilanzstichtag für 227 Altersteilzeitverträge insgesamt 9,4 Mio. € im Rahmen eines Kapitalanlagemodells.

GLOBAL EMPLOYMENT STATEMENT

Ein weiterer Meilenstein in diesem Geschäftsjahr ist der Beschluss über die Veröffentlichung eines Global Employment Statement. Dieses zielt auf eine faire und respektvolle Behandlung von Mitarbeitern aller Ebenen sowie die Einhaltung von geltenden Gesetzen und Industriestandards ab. Hiermit möchte TUI in Bezug auf Menschenrechte, Diskriminierungsbekämpfung, Zwangsarbeitsschutz, Kinderarbeitsbekämpfung, Vergütung, Koalitionsfreiheit, Gesundheit und Sicherheit, Diversität sowie Personalentwicklung und Feedbackkultur gruppenweite Bekenntnisse abgeben, die sowohl für die eigenen als auch für Beschäftigte unserer Vertragspartner Geltung erlangen sollen.

ARBEITNEHMERVERTRETUNG

Im nationalen wie internationalen Umfeld, auf betrieblicher sowie auf überbetrieblicher Ebene gibt es im TUI Konzern eine Vielzahl von Mitbestimmungsgremien wie lokale Betriebsräte, Gesamtbetriebsräte in den Unternehmen und den Konzernbetriebsrat. Die Mitglieder dieser Gremien vertreten die Interessen der Mitarbeiter in Deutschland. Sie sorgen über ihre gesetzlichen Beteiligungs- und Initiativrechte für eine interessengerechte Vertretung der Mitarbeiter in allen personalrelevanten Fragen und stellen die Einhaltung von Arbeitnehmerrechten 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 aus 28 Vertretern aus 21 Gesellschaften zusammen. Die jeweiligen Gremien verschaffen sich über die Entsendung ihrer Vertreter in den Konzernbetriebsrat einen kontinuierlichen und aktuellen Wissensstand über die strukturellen und operativen Herausforderungen im Konzern. Sie gewährleisten durch ihre Mitbestimmung und die daran anschließende Mitgestaltung umzusetzender Anforderungen und Themen einen hohen Durchdringungsgrad innerhalb der Konzernbelegschaft. In diesem Zusammenhang haben sowohl der Konzernbetriebsrat als auch die lokalen Betriebsräte in Deutschland einen wichtigen Beitrag in der Umsetzung der HR-Strategie durch den Abschluss von begleitenden Betriebsvereinbarungen geleistet.

Ein wichtiges Projekt war der Abschluss einer Konzernbetriebsvereinbarung zur Einführung von Langzeitkonten für die deutschen Konzerngesellschaften. Damit wurden Rahmenbedingungen dafür geschaffen, zu einem späteren Zeitpunkt eine bezahlte Freizeit wie z. B. einen vorgezogenen Ruhestand oder ein Sabbatical anzutreten. Im nächsten Schritt soll das Langzeitkontenmodell implementiert werden.

Auf europäischer Ebene besteht das TUI Europa Forum auf einen ordnungsgemäßen Informations- und Konsultationsprozess bei grenzüberschreitenden Maßnahmen, die die Interessen der Mitarbeiter in mindestens zwei Staaten des Europäischen Wirtschaftsraumes (sowie der Schweiz) betreffen. Das TUI Europa Forum vertritt die Interessen unserer Mitarbeiter in den Auslandsgesellschaften und verantwortet damit eine starke fördernde und integrative Aufgabe. Im Geschäftsjahr konnten 45 Repräsentanten von

Arbeitnehmersvertretern aus 14 Ländern in das Forum entsandt werden. Die Themen für das TEF in diesem Berichtszeitraum umfassten u.a. die Etablierung eines grenzüberschreitenden Group Occupational Health Management sowie diverse strategisch ausgerichtete Projekte im europäischen Ausland.

Security, Health & Safety

Auch im vergangenen Berichtszeitraum hat Group Security, Health & Safety (Group SHS), als Konzernsicherheit der TUI AG, das ganzheitliche und konzernweit geltende Schutzkonzept für Kunden und Mitarbeiter, die Reputation des Unternehmens und seine Vermögenswerte weiterentwickelt. Der regelmäßige Austausch mit den Tochtergesellschaften sowie mit relevanten Fachabteilungen des Konzerns liefert die Basis für ein professionelles und bedarfsgerichtetes Sicherheitsmanagement. Dabei handelt Group SHS proaktiv und nachhaltig: Entwicklungen in unseren Destinationen werden fortlaufend beobachtet und analysiert, Maßnahmen zur Reaktion vorbereitet und Sondersituationen bewältigt. Zusammen mit der anschließenden Nachbereitung (Lessons Learnt und Anpassung von Prozessen) wird dieser Zyklus als fortlaufender und ineinandergreifender Prozess gelebt.

Im Berichtszeitraum wurden standardisierte, konzernweit anwendbare Mechanismen, wie etwa Leitlinien, operative Handlungsanweisungen und -prozesse, weiterentwickelt und implementiert. Sie stellen eine schnelle und sachgerechte Reaktion auf sicherheitsrelevante Ereignisse sowie die proaktive Abwehr von Gefahren sicher.

Beispiele hierfür sind Leitlinien für Sicherheitsmaßnahmen in Hotels & Resorts, bei Geschäftsreisen oder für das Ereignis- und Krisenmanagement. Diese Mechanismen basieren auf einer ganzheitlichen Risikoanalyse, die aktuelle Ereignisse, naturbezogene, gesellschaftliche und politische Entwicklungen in den Zielgebieten, Gesundheitsinformationen sowie sicherheitsrelevante Lageinformationen staatlicher Stellen berücksichtigt. Sie bilden die Grundlage der Beratungsleistung von Group SHS, etwa in Form von Sicherheitsfortbildungen oder Beratungsgesprächen, Maßnahmen oder Planunterlagen.

Die Mechanismen gelten gruppenweit und werden auch denjenigen Unternehmen, bei denen die Unternehmenssteuerung nicht der TUI AG obliegt, zur Umsetzung empfohlen. Auf dieser Grundlage wirken die mit Sicherheitsfragen befassten Stellen des gesamten Konzerns in einem Netzwerk unter Koordinierung von Group SHS zusammen. Hierdurch werden eine flächendeckende Betreuung des gesamten Konzerns sowie ein abgestimmtes, koordiniertes und an

die Bedürfnisse des jeweiligen Bereichs angepasstes Vorgehen in Sicherheitsfragen gewährleistet.

Dieser Standard wird durch regelmäßige Beratungs- und Evaluierungsreisen in die Zielgebiete und unsere Hotels & Resorts sichergestellt. Group SHS hat im Berichtszeitraum 15 Evaluierungsreisen in verschiedene Destinationen durchgeführt. Dabei werden vor Ort nicht nur Erkenntnisse zu den Sicherheitsstandards unserer Hotels erlangt. Der Austausch mit Hotelmanagern sowie mit Vertretern von TUI Destination Experiences und von Sicherheits- und Tourismusbehörden liefert darüber hinaus ein Gesamtbild der entsprechenden Destination und ihrer Herausforderungen für die TUI Group als integrierten Reisekonzern. Durch die Berichterstattung an das Management besteht die Möglichkeit, weitere Maßnahmen anzustoßen und zu orchestrieren.

Im Geschäftsjahr 2018 wurden zahlreiche in den Qualitätssicherungsprozess eingebettete Audits durchgeführt. So wurden seitens Group SHS insgesamt ca. 5.400 Safety und Security Audits initiiert.

Neben der Beratung in Sicherheitsfragen kommt der konzerninternen Fortbildung und Sensibilisierung unserer Mitarbeiter eine besondere Bedeutung zu. Mitarbeiter der Reisebüros und an Flughafenstationen erhielten zusätzlich eine spezifische, an ihr Tätigkeitsumfeld angepasste Sicherheitsberatung.

Die TUI AG verfügt über ein konzernweit geltendes Ereignis- und Krisenmanagementsystem. Dieses kam beispielsweise bei tropischen Stürmen, Erdbeben und Waldbränden sowie bei gesundheitsrelevanten Vorfällen erfolgreich zur Anwendung. Unsere Mechanismen zur Ereignisbewältigung umfassen neben der Lageerhebung und Lageverdichtung vor Ort auch die Frage, wie Gäste und Mitarbeiter betroffen sind und welche Unterstützung erforderlich ist, sowie die Abstimmung mit staatlichen Stellen vor Ort, in Europa und mit weiteren Partnern. 24/7-Lagezentren bilden die Basis für eine schnelle und sachgerechte Reaktion auf kritische Ereignisse. Eine entsprechende Berichterstattung stellt sicher, dass das Management über alle wichtigen Ereignisse und Entwicklungen Kenntnis erhält und fortlaufend informiert ist.

Compliance / Bekämpfung von Korruption und Bestechung

Angaben zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung in der TUI Group erfolgen in diesem Geschäftsbericht ab Seite 125 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. €	2018	2017	Veränderung in %
Umsatzerlöse	122,7	45,4	+170,3
Sonstige betriebliche Erträge	326,4	392,6	-16,9
Materialaufwand	7,7	7,6	+1,3
Personalaufwand	67,9	49,9	+36,1
Abschreibungen	1,3	1,0	+30,0
Sonstige betriebliche Aufwendungen	349,3	500,4	-30,2
Beteiligungsergebnis	1.010,0	933,3	+8,2
Abschreibungen auf Finanzanlagen	128,8	58,1	+121,7
Zinsergebnis	5,2	8,7	-40,2
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-67,2	15,7	n.a.
Ergebnis nach Steuern	976,5	747,3	+30,7
Sonstige Steuern	-6,9	5,6	n.a.
Jahresergebnis	983,4	741,7	+32,6

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 durch die Einführung eines geänderten Lizenzpreismodells. Der Rückgang der sonstigen betrieblichen Erträge war im Wesentlichen auf gegenüber dem Vorjahr gesunkene Erträge aus Kursgewinnen zurückzuführen. Diesen Erträgen standen Aufwendungen aus Kursverlusten in ähnlicher Höhe 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 in nahezu identischer Höhe gegenüberstanden, die in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen gezeigt wurden.

AUFWENDUNGEN

Der Personalaufwand stieg im Vergleich zum Geschäftsjahr 2017 an. Die Aufwendungen für Altersversorgung haben sich im Wesentlichen aufgrund der Zuführungen zu den Pensionsrückstellungen erhöht. Der Anstieg der Löhne und Gehälter war insbesondere auf 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. Insbesondere die geringeren Aufwendungen aus Kursverlusten führten zu geringeren sonstigen betrieblichen Aufwendungen.

BETEILIGUNGSERGEBNIS

Im abgelaufenen Geschäftsjahr war das Beteiligungsergebnis der TUI AG durch Ausschüttungen der TUI Cruises GmbH und der TUI Travel Holdings über die TUI Travel Ltd. im Rahmen des Erwerbs des TUI Nordics Holding AB 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. Die Verlustübernahmen stiegen im Vergleich zum Vorjahr an.

ABSCHREIBUNGEN AUF FINANZANLAGEN

Die Abschreibungen auf Anteile an verbundenen Unternehmen betrafen im Berichtsjahr im Wesentlichen eine Tochtergesellschaft, die dem Zentralbereich zuzuordnen ist, sowie eine türkische Hotelbeteiligung. Weiterhin wurden im Geschäftsjahr Abschreibungen auf Ausleihungen an verbundene Unternehmen erfasst.

ZINSERGEBNIS

Der Rückgang des Zinsergebnisses resultierte auch aus einem Anstieg des Zinsaufwands (an verbundene Unternehmen). Dieser Effekt konnte durch die Erhöhung der langfristigen Darlehen an Konzerngesellschaften durch die TUI AG und damit verbundenen Zinserträge nicht vollständig kompensiert werden.

STEUERN

Die Steuern des abgelaufenen Geschäftsjahres betrafen Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sowie sonstige Steuern. Latente Steuern waren nicht enthalten.

JAHRESERGEBNIS

Für das Geschäftsjahr 2018 ergab sich ein Jahresüberschuss der TUI AG von 983,4 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 erhöhte sich im Geschäftsjahr 2018 um 6,1 % auf 10,4 Mrd. €.

Kurzbilanz der TUI AG (HGB-Abschluss)

Mio. €	30.9.2018	30.9.2017	Veränderung in %
Immaterielle Vermögensgegenstände/ Sachanlagen	21,9	19,4	+12,9
Finanzanlagen	7.998,8	7.078,9	+13,0
Anlagevermögen	8.020,7	7.098,3	+13,0
Forderungen/ Wertpapiere	1.470,5	1.644,4	-10,6
Finanzmittel	889,3	1.039,0	-14,4
Umlaufvermögen	2.359,8	2.683,4	-12,1
Rechnungs- abgrenzungen	0,5	0,7	-28,6
Aktiva	10.381,0	9.782,4	+6,1
Eigenkapital	5.801,5	5.192,7	+11,7
Sonderposten mit Rücklageanteil	0,1	0,1	-
Rückstellungen	361,9	462,5	-21,8
Anleihen	300,0	300,0	-
Sonstige Verbindlichkeiten	3.917,4	3.827,1	+2,4
Verbindlichkeiten	4.217,4	4.127,1	+2,2
Passiva	10.381,0	9.782,4	+6,1

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS

Das Anlagevermögen bestand am Bilanzstichtag nahezu vollständig aus Finanzanlagen. Der Anstieg der Finanzanlagen ist insbesondere auf die Erwerbe der TUI Nordic Holding AB und der TUI Portugal SA sowie auf die Durchführung von Kapitalerhöhungen bei Tochtergesellschaften zurückzuführen.

ENTWICKLUNG DES UMLAUFVERMÖGENS

Der Rückgang des Umlaufvermögens um 12,1 % auf 2.359,8 Mio. € entfiel im Wesentlichen auf den Rückgang der Finanzmittel und der Forderungen/Wertpapiere, die im Vorjahr kurzfristig fällige Geldmarktfonds enthielten.

ENTWICKLUNG DER KAPITALSTRUKTUR DER TUI AG**EIGENKAPITAL**

Das Eigenkapital der TUI AG erhöhte sich um 608,8 Mio. € auf 5.801,5 Mio. €. Das gezeichnete Kapital der TUI AG besteht aus nennwertlosen Stückaktien, die jeweils in gleichem Umfang am Grundkapital beteiligt sind. Der auf die einzelne Aktie entfallende anteilige Betrag des Grundkapitals beträgt rund 2,56 €. Das gezeichnete Kapital der TUI AG zum Ende des Geschäftsjahres 2018 stieg infolge der Begebung von Belegschaftsaktien. Zum Ende des Geschäftsjahres setzte sich das gezeichnete Kapital damit aus 587.901.304 Aktien zusammen.

Die Kapitalrücklage erhöhte sich im Geschäftsjahr 2018 durch die Ausgabe von Belegschaftsaktien und aktienbasierter Vergütung um insgesamt 5,9 Mio. €. Bei den Gewinnrücklagen handelte es sich ausschließlich um andere Gewinnrücklagen. Es bestanden keine satzungsmäßigen Bestimmungen zur Bildung von Rücklagen.

Der Jahresüberschuss betrug 983,4 Mio. €. Unter Berücksichtigung eines Gewinnvortrages von 814,0 Mio. € ergab sich ein Bilanzgewinn von 1.797,4 Mio. €. Der Hauptversammlung wird vorgeschlagen, den Bilanzgewinn des Geschäftsjahres für die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 0,72 € je Stückaktie zu verwenden und den nach Abzug der Dividendensumme von 423,3 Mio. € verbleibenden Betrag von 1374,1 Mio. € auf neue Rechnung vorzutragen. Die Eigenkapitalquote stieg im Geschäftsjahr 2018 auf 55,9 % (Vorjahr 53,1 %).

RÜCKSTELLUNGEN

Die Rückstellungen nahmen um 100,6 Mio. € auf 361,9 Mio. € ab. Sie setzten sich aus Rückstellungen für Pensionen in Höhe von 144,5 Mio. € (Vorjahr 136,0 Mio. €), Steuerrückstellungen in Höhe von 122,6 Mio. € (Vorjahr 196,1 Mio. €) und sonstigen Rückstellungen in Höhe von 94,8 Mio. € (Vorjahr 130,4 Mio. €) zusammen.

Während die Pensionsrückstellungen im abgelaufenen Geschäftsjahr leicht antiegen, verminderten sich im Vergleich zum Vorjahr die Steuerrückstellungen und die Rückstellungen für ausstehende Rechnungen, Personalkosten und übrigen Risiken.

VERBINDLICHKEITEN

Die Verbindlichkeiten der TUI AG betrugen 4.217,4 Mio. € und nahmen um 90,3 Mio. € oder 2,2 % 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. Diese 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 war im abgelaufenen Geschäftsjahr mit 164,3 Mio. € deutlich positiv.

KAPITALBEVORRATUNGSBESCHLÜSSE

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

TUI AKTIE

TUI Aktie legt seit dem Zusammenschluss mit TUI Travel um 61 % zu

Im Vierjahreszeitraum zeigt das TUI Papier eine deutliche Outperformance. So stieg der Total Shareholder Return (TSR) der Aktie seit der Ankündigung des Zusammenschlusses mit TUI Travel im Juni 2014 um 61 % und entwickelte sich damit deutlich besser als der FTSE 100 (+ 31 %) und der DAX 30 (+ 23 %). In einem von makroökonomischen und geopolitischen Herausforderungen geprägten Marktumfeld konnte die TUI Group die angekündigten Merger-Synergien in Höhe von 100 Mio. € vollständig realisieren, die Transformation zu einem führenden Anbieter von Urlaubsprodukten forcieren und wichtige Digitalisierungsinitiativen anstoßen. Gleichzeitig schüttete der Konzern in diesem Zeitraum rund 1,6 Mrd. € an Dividenden an seine Aktionäre aus (inklusive des Dividendenvorschlags für das Geschäftsjahr 2018) und steigerte zum vierten Mal in Folge sein operatives Ergebnis auf Basis konstanter Wechselkurse um mehr als 10 %. Die Aktienkursentwicklung unterstreicht, dass die TUI Group als ein führender Anbieter mit eigenen Hotel- und Kreuzfahrtprodukten und von attraktiven Urlaubserlebnissen mit seinem eigenen direkten Vertrieb gut positioniert ist. Die Strategie der doppelten Diversifizierung, das heißt unser ausgewogenes Portfolio an Märkten und Destinationen, macht uns robust, lässt uns flexibel auf die unterschiedlichen Marktgegebenheiten reagieren und bildet die Voraussetzung für die weitere Umsetzung der Wachstumsstrategie.

TUI Aktie zeigt auch im Geschäftsjahr 2018 deutliche Outperformance

Die TUI Aktie startete mit einem Kurs von 14,53 € in das Geschäftsjahr und konnte, gestützt durch gute Geschäftsjahresergebnisse, weitere Fortschritte bei der Transformation und der Vorstellung der neuen Digitalisierungsstrategie, im weiteren Verlauf deutlich zulegen. Kurz nach dem Kapitalmarkttag für Analysten und Investoren mit einem Themenspezial zum Kreuzfahrtsegment erreichte das Papier am 17. Mai 2018 seinen Geschäftsjahreshöchststand von 20,66 €.

Danach prägten externe Herausforderungen das Marktumfeld: Zum einen belasteten die Beeinträchtigungen im Flugverkehr, vor allem infolge der Streiks der französischen Fluglotsen, zum anderen zeigte der ungewöhnlich warme und langanhaltende Sommer in Nordeuropa Auswirkungen auf das Buchungsverhalten der Kunden. Hinzu kamen eingetrübte Ergebnisprognosen anderer Unternehmen der Touristikbranche, die auch bei der TUI Aktie zu Kursreaktionen führten. Darüber hinaus spitzte sich der Handelsstreit zwischen den USA und China sowie der Türkei immer weiter zu, was die Marktteilnehmer an den internationalen Kapitalmärkten zunehmend verunsicherte und unter anderem einen starken Verfall der türkischen Lira nach sich zog.

Zum Ende des Geschäftsjahres drehte die TUI Aktie wieder ins Plus und profitierte von guten Buchungszahlen und der Bestätigung der operativen Ergebnisprognose auf Basis konstanter Wechselkurse. Dies stellt einmal mehr die Stärke und Robustheit unseres transformierten Geschäftsmodells in einem herausfordernden Umfeld unter Beweis. So konnte der Total Shareholder Return des TUI Papiers in 2018 insgesamt um 17 % zulegen, während der FTSE 100 lediglich um 6 % anstieg und der DAX 30 rund 5 % einbüßte.

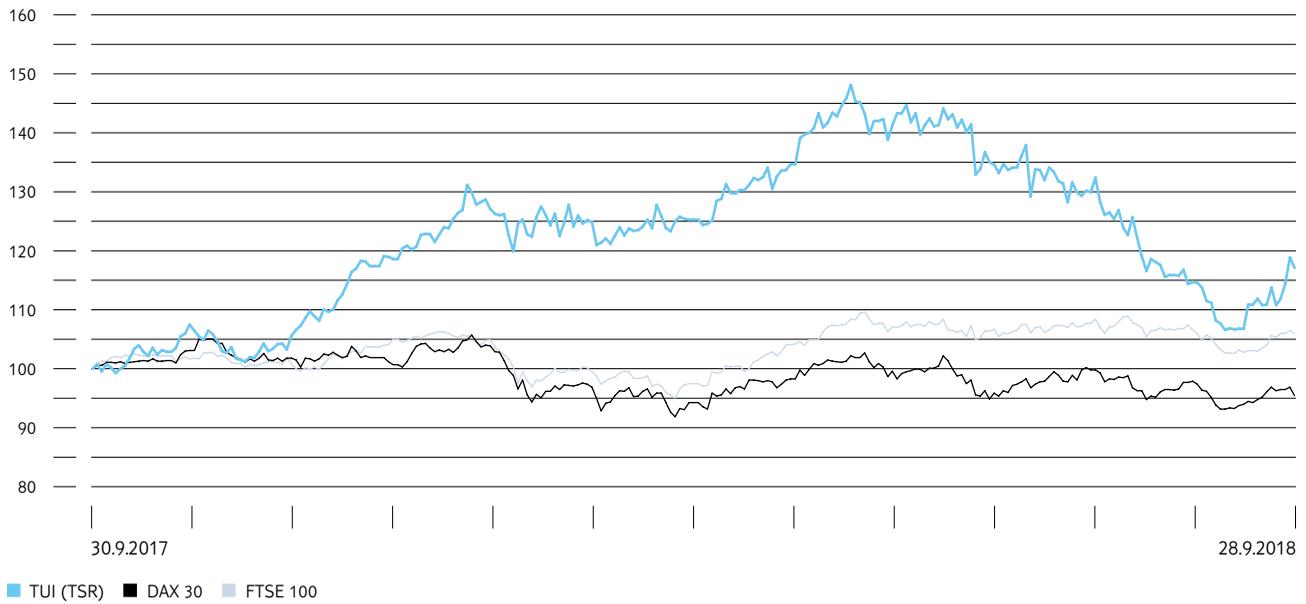
Angaben zur TUI Aktie

30. September 2018

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	€ 1.502.945.818
Anzahl der Aktien	587.901.304
Marktkapitalisierung	Mrd. € 9,7
Marktkapitalisierung	Mrd. £ 8,7

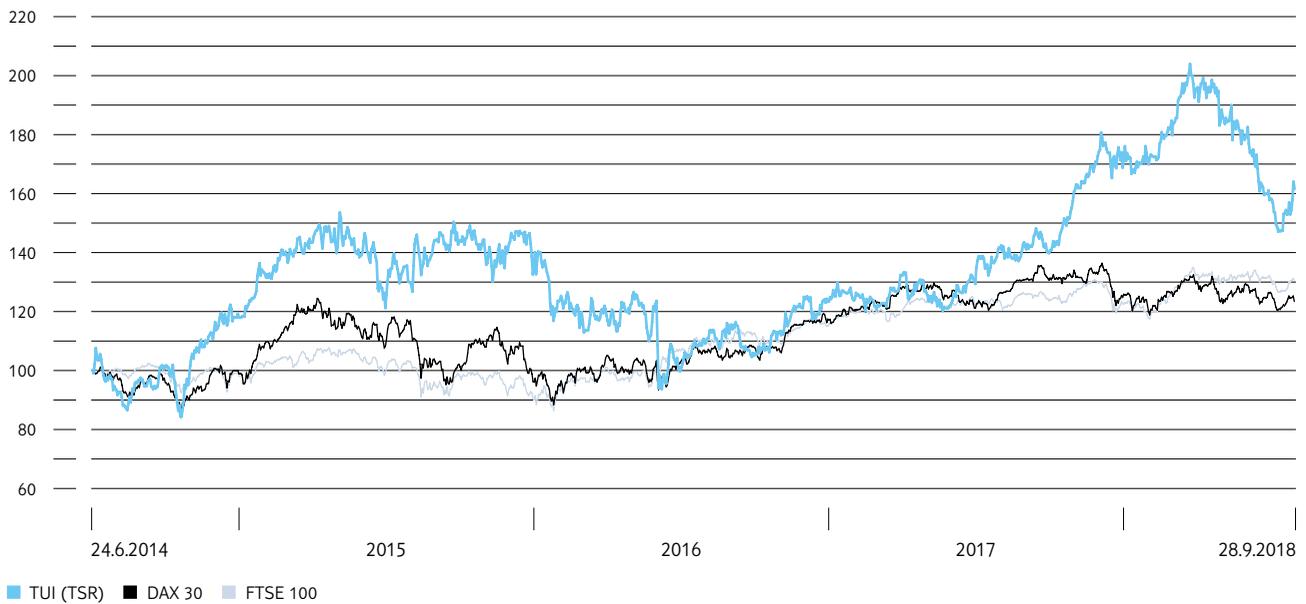
Kursverlauf der TUI Aktie (GESCHÄFTSJAHR 2018)

in %



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

in %



Langfristige Kursentwicklung der TUI Aktie (Xetra)

€	2014	2015	2016	2017	2018
Höchstkurs	6,97	17,71	17,21	14,90	20,66
Tiefstkurs	3,14	9,84	10,17	11,46	14,34
Jahresendkurs	6,70	16,35	12,69	14,38	16,56

Notierungen, Indizes und Handel

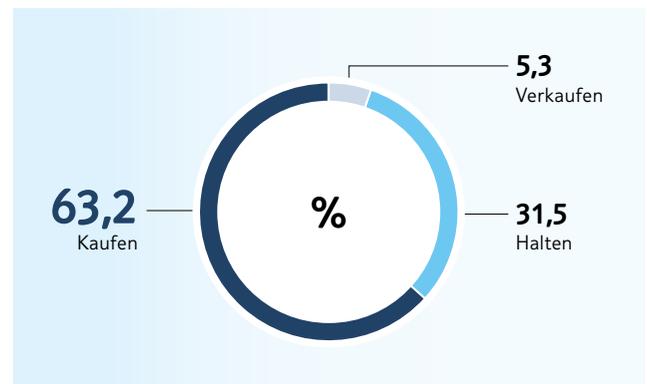
Die TUI Aktie hat ihre Hauptnotiz im Premiumsegment des Main Market der Londoner Börse und notiert in der FTSE-UK-Indexserie einschließlich des FTSE 100, des bedeutendsten britischen Aktienindex. Darüber hinaus ist sie mit einer Zweitnotiz im elektronischen Handelssystem Xetra sowie an der Börse Hannover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

TUI ist zudem im Nachhaltigkeitsindex FTSE4Good gelistet und im Ethibel Investment Register vertreten. 2018 wurde TUI von RobecoSam in das Sustainability Yearbook mit der Auszeichnung ‚Silver Class‘ aufgenommen. TUI nahm erneut an der Bewertung durch CDP Climate Change teil. Die Ergebnisse werden Anfang 2019 bekanntgegeben.

Im Geschäftsjahr 2018 betrug das durchschnittliche Handelsvolumen pro Tag an der Londoner Börse rund 1,3 Mio. Stücke, während auf Xetra täglich rund 0,6 Mio. Stücke gehandelt wurden. Bezogen auf alle Handelsplattformen umfasste das tägliche Volumen in Großbritannien rund 3,4 Mio. und in der Euro-Linie ca. 1,8 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 (30.9.2018)**

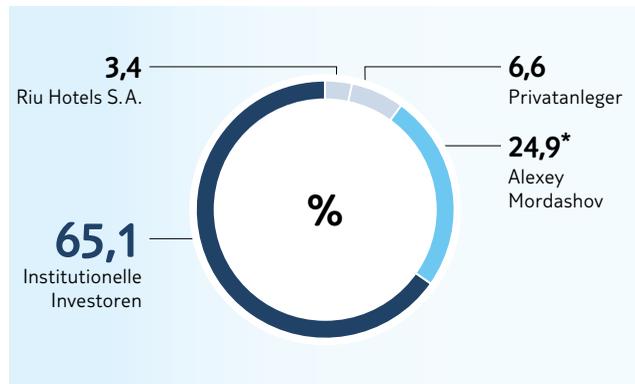
in %



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 2018 empfahlen 63 % das TUI Papier zum „Kauf“, 32 % votierten für „Halten“ und ein Analyst empfahl die Aktie zu „Verkaufen“.

Aktionärsstruktur

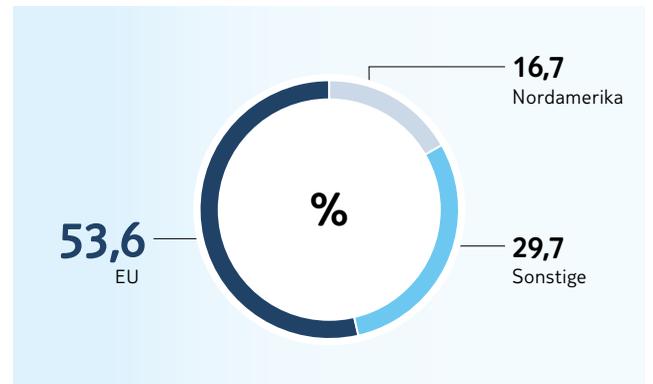
Aktionärsstruktur (30.9.2018) in %



* 24,998 %.

⊕ 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

Geografische Aktionärsstruktur (30.9.2018) in %



Zum Ende des Geschäftsjahres 2018 befanden sich rund 75 % der TUI Aktien im Streubesitz. Etwa 7 % aller TUI Aktien entfielen auf Privataktionäre, rund 65 % auf institutionelle Investoren sowie Finanzinstitute und etwa 28 % lagen in den Händen von strategischen Investoren. Nach Auswertung des Aktienregisters lagen die Aktien überwiegend bei Investoren im EU-Raum.

Dividendenpolitik

Ergebnis- und Dividendenentwicklung der TUI Aktie

€	2014	2015	2016	2017	2018
Ergebnis je Aktie	+0,26	+0,64	+1,78	+1,10	1,25
Dividende	0,33	0,56	0,63	0,65	0,72

Im Rahmen des Zusammenschlusses mit TUI Travel hat die TUI Group eine Dividendenpolitik definiert. Danach steigert sich die Dividende im Einklang mit dem Wachstum des bereinigten EBITA auf Basis konstanter Wechselkurse. Entsprechend wird der Hauptversammlung vorgeschlagen, für das Geschäftsjahr 2018 eine Dividende in Höhe von 0,72 € je Stückaktie an die Aktionäre auszuschütten.

Investor Relations

Investor Relations basiert bei der TUI Group auf einem offenen und kontinuierlichen Dialog sowie einer transparenten Kommunikation mit unseren Privataktionären, institutionellen Investoren, Equity- und Credit-Analysten sowie Kreditgebern. Es sprechen drei Gründe für ein Investment in die TUI Aktie:

1

STARKE STRATEGISCHE POSITION



Unser integriertes Geschäftsmodell deckt die gesamte touristische Wertschöpfungskette ab – vom Vertrieb über den Flug, den Aufenthalt im Hotel oder auf dem Kreuzfahrtschiff bis zur Exkursion organisiert von unserer Zielgebietsagentur vor Ort. TUI begleitet ihre Kunden während der gesamten Reise, um die Kundenzufriedenheit und -bindung und damit die Profitabilität zu steigern. Wir sind überzeugt, dass dies ein strategischer Vorteil gegenüber unseren Wettbewerbern ist.

2

STARKES ERGEBNISWACHSTUM



TUI agiert in einem Wachstumsmarkt und konnte dank ihrer starken Positionierung das operative Ergebnis in den vergangenen Jahren deutlich steigern. So wuchs das bereinigte EBITA auf Basis konstanter Wechselkurse zum vierten Mal in Folge um mehr als 10 %. Zukünftiges Wachstum erzielen wir durch die weitere Umsetzung der Wachstumsstrategie und die zunehmende Realisierung der Vorteile aus den Digitalisierungsinitiativen.

3

STARKE LIQUIDITÄTSGENERIERUNG



Die TUI zeichnet sich durch finanzielle Stabilität und eine hohe operative Cash Conversion* aus. Der Konzern hat eine klare Finanzpolitik definiert, Coverage Ratio und Leverage Ratio in den vergangenen Jahren verbessert und zahlt gleichzeitig eine attraktive Dividende an seine Aktionäre.

*Wir definieren unsere Cash Conversion als Differenz zwischen dem bereinigten EBITDA abzüglich der normalisierten Nettosach- und Finanzinvestitionen im Verhältnis zum angepassten EBITDA.

⊕ Weitere Informationen online:
www.tuigroup.com/de-de/investoren

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden in einer Vielzahl von Gesprächen die Wachstumsstrategie des integrierten Touristikonzerns, die Digitalisierungsinitiativen und die Geschäftsentwicklung in den einzelnen Unternehmensbereichen diskutiert, um eine realistische Einschätzung der zukünftigen Entwicklung der TUI Group zu ermöglichen. In diesem Zusammenhang suchte das Führungsteam der TUI den Dialog mit den Investoren auf Roadshows und Konferenzen in London, Dublin, Frankfurt am Main, Berlin, München, Zürich, Wien, Mailand, Madrid, Amsterdam, Brüssel, Paris, Oslo, Kopenhagen, Tokio, New York, Boston, Chicago, Montreal und Toronto.

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 und umfassende Informationen zum Kapitalmarkttag zur Verfügung gestellt.

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 die einzelne Aktie rechnerisch entfallende anteilige Betrag des Grundkapitals beträgt 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 2018 aus 587.901.304 Aktien zusammen (Vorjahr 587.386.900 Aktien) und betrug insgesamt 1.502.945.818,40 €. 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.

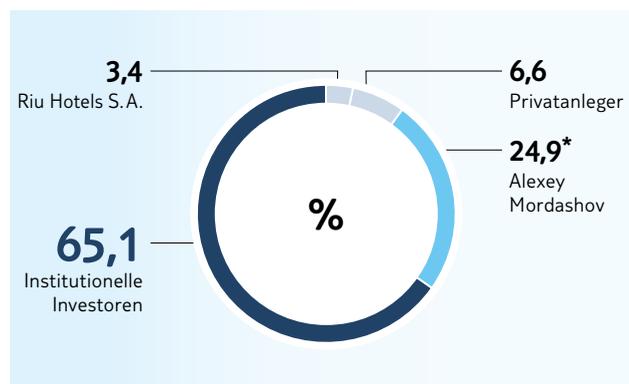
BETEILIGUNGEN AM KAPITAL, DIE 10 % DER STIMMRECHTE ÜBERSCHREITEN

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

Alexey Mordashov, Russland, hat uns am 15. Dezember 2016 gemäß § 33 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an der TUI AG, Hannover, Deutschland, am 12. Dezember 2016 die Schwelle von 20 % überschritten hat und zu diesem Zeitpunkt 20,01 % (entsprechend 117.484.579 Stimmrechten) betrug. Sämtliche Stimmrechte sind Alexey Mordashov gemäß § 34 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen. Auf Basis der seitdem an die TUI AG gerichteten Mitteilungen gemäß § 19 MAR betrug sein Stimmrechtsanteil an der TUI AG zum 30. September 2018 24,998 %.

Aktionärsstruktur (30.9.2018)

in %



* 24,998 %.

Zum Ende des Geschäftsjahres 2018 befanden sich rund 75 % der TUI Aktien im Streubesitz. Etwa 7 % aller TUI Aktien entfielen auf Privataktionäre, rund 65 % auf institutionelle Investoren sowie Finanzinstitute und etwa 28 % 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 13. Februar 2018 hat den Vorstand der TUI AG ermächtigt, eigene Aktien in einem Volumen von bis zu 5 % des Grundkapitals zu erwerben. Die Ermächtigung gilt bis zum 12. August 2019. Weiterhin hat die Hauptversammlung vom 13. Februar 2018 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 514.404 neue Belegschaftsaktien ausgegeben, sodass das genehmigte Kapital zum Bilanzstichtag noch rund 28,7 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 dem Jahr 2016 wurde bisher kein Gebrauch gemacht.

→ *Vergleiche Ziffer (23) Gezeichnetes Kapital im Konzernanhang auf Seite 206 sowie Ziffer (6) gezeichnetes Kapital im Jahresabschluss der TUI AG.*

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. €, die zum Bilanzstichtag mit 102,4 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 85,0 Mio. £, die mit verschiedenen Versicherungsgesellschaften abgeschlossen wurden und die zum Bilanzstichtag mit 27,3 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 Ventures zu verlangen und den Anteil der TUI AG 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.