

Kroatien und Montenegro. Die beiden Balkanstaaten haben sich in den vergangenen Jahren zu wachstumsstarken Reiseländern entwickelt und sind damit für neue TUI Hotels interessant. Vor Ort prüft ein erfahrener Scout potenzielle Grundstücke und Immobilien. Ganz oben auf der Bewertungsskala: die Lage.



MEHR ÜBER DIE ARBEIT UNSERES HOTEL-SCOUTS
LESEN SIE IM MAGAZIN UNTER „PERLENTAUCHER“





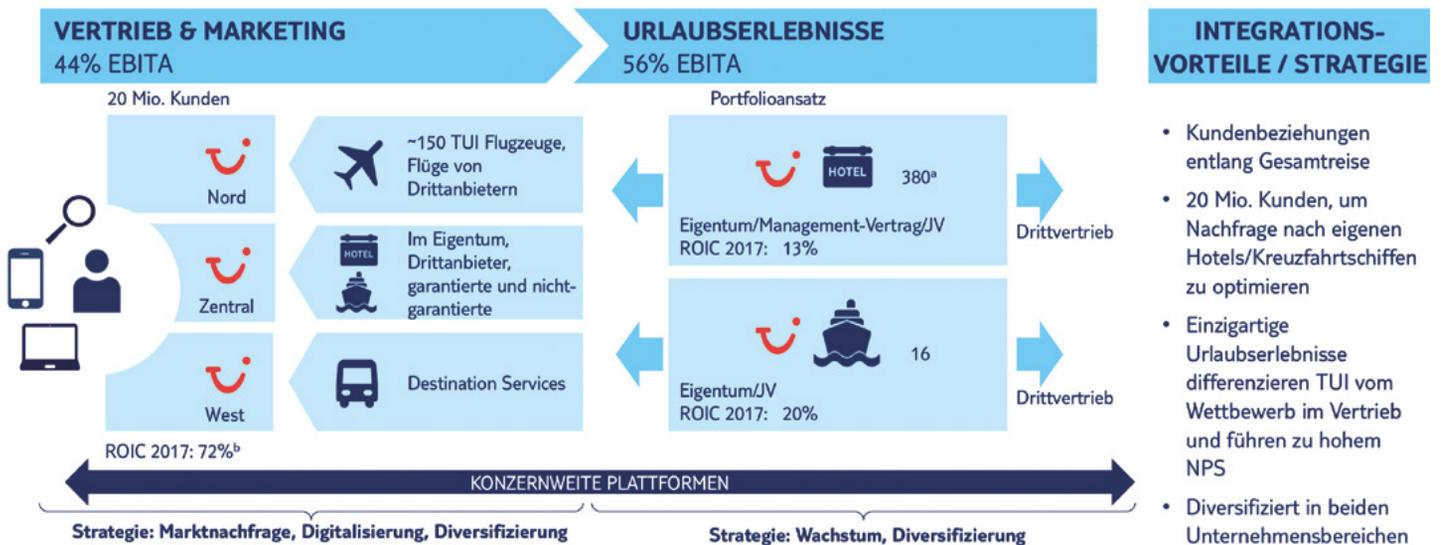
Zusammengefasster Lagebericht*

20	Grundlagen der TUI Group	55	Ertragslage des Konzerns
20	Geschäftsmodell und Strategie	59	Geschäftsentwicklung in den Segmenten
24	Wie wir aufgestellt sind – Konzernstruktur	64	Vermögenslage des Konzerns
27	Wie wir uns messen – Wertorientierte Konzernsteuerung	66	Finanzlage des Konzerns
30	Risikobericht	72	Nichtfinanzielle Konzernklärung
47	Gesamtaussage des Vorstands und Prognosebericht	88	Jahresabschluss der TUI AG
51	Wirtschaftsbericht	91	TUI Aktie
51	Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen	96	Übernahmerechtliche Angaben

*Der vorliegende zusammengefasste Lagebericht umfasst neben dem TUI Konzern auch die TUI AG. Er wurde gemäß § 289, § 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 Zweijahresübersicht Bestandteile des zusammengefassten Lageberichts.

Geschäftsmodell und Strategie



^a Beinhaltet eigene und im Eigentum von Drittanbietern befindliche Konzepthotels.

^b Der Wert bezieht sich auf Vertrieb & Marketing sowie alle übrigen Segmente.

Unser Geschäftsmodell

Als der Weltmarktführer in der Touristik gestaltet TUI Urlaubserlebnisse entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Wir begleiten unsere Kunden in allen Phasen ihrer Reise – von der Inspiration, Beratung und Buchung über die Reise selbst bis hin zum Erlebnis am Urlaubsort. Dabei nutzen wir unsere eigenen Hotel- und Kreuzfahrtmarken, garantierte und nicht garantierte Kapazitäten in Hotels und Kreuzfahrtschiffen von Drittanbietern sowie Zielgebotsdienstleistungen wie Transfers oder Ausflüge. Dies unterscheidet uns von Anbietern, die nur einzelne Komponenten anbieten, da wir das Kundenerlebnis während der gesamten Reise gestalten und optimieren können.

Unser integriertes Geschäftsmodell ermöglicht uns, die Vertriebskraft unserer Quellmärkte zu nutzen und dadurch die Auslastung unserer eigenen Hotels und Kreuzfahrtschiffe weiter zu optimieren. Zugleich steigern wir mit unseren differenzierten und kontrollierten Angeboten die Nachfrage in unseren Quellmärkten und schaffen Markteintrittsbarrieren. So führt die Integration zu einer Maximierung unserer Erträge bei gleichzeitiger Risikominimierung.

Unsere Strategie für die einzelnen Segmente

Vertrieb und Marketing: Marktnachfrage, Effizienz durch Digitalisierung und Diversifizierung

In unseren drei Regionen Nord, Zentral und West nutzen wir unsere Vertriebsstärke und weltweite Präsenz zur Betreuung unserer 20 Mio. Gäste. Unser Geschäftsmodell bietet unseren Quellmärkten eine hohe Flexibilität zur Gestaltung personalisierter Angebote für unsere Gäste bei gleichzeitiger Optimierung der Erträge und Minimierung

Unsere Mitarbeiter

Qualifizierte und engagierte Mitarbeiter sind für die TUI eine wichtige Voraussetzung für langfristigen Erfolg. Ein Schwerpunkt unserer globalen HR-Strategie liegt daher darauf, Talente zu gewinnen, zu fördern und durch attraktive Arbeitsbedingungen langfristig zu halten.

Unsere Unternehmenswerte „Trusted“, „Unique“ und „Inspiring“ werden durch unsere Mitarbeiter verkörpert und sind neben unserer Vision und unserem Kundenversprechen die Grundlage unserer Haltung und unseres Handelns.

Unsere im Berichtsjahr erneut durchgeführte Mitarbeiterbefragung „TUIgether“ ist ein wichtiger Gradmesser in Bezug auf die Frage, wo wir stehen, wo wir bereits gut sind und wo wir uns verbessern sollten – mit dem Ziel, die Unternehmensperformance zu verbessern und die TUI zu einem noch attraktiveren Arbeitgeber zu machen. Der Engagement Index der TUI Group liegt aktuell bei einem Wert von 77.

Weitere Informationen zu unseren Mitarbeitern und zu unserer Nachhaltigkeitsstrategie finden Sie ab Seite 81.

der Risiken. Dies erreichen wir durch eine Kombination eigener Flug-, Hotel- und Kreuzfahrtskapazitäten mit den von Drittanbietern zusätzlichen eingekauften Kapazitäten.

Unser eigener Flugbereich mit etwa 150 Flugzeugen ermöglicht es uns, durch eine Kombination eigener Flug- und Hotelkapazitäten attraktive neue Destinationen wie die Kapverden aufzubauen. In diesen Destinationen gestalten wir einzigartige Urlaubserlebnisse für unsere Gäste und schaffen durch die kombinierte Steuerung von Hotelkapazitäten und Flugverfügbarkeiten hohe Eintrittsbarrieren. Unsere Airline sichert uns auch Flexibilität bei der Destinationsplanung, da wir bedarfsweise Kapazitäten umschichten und Routen anpassen können.

Unsere eigenen Zielgebietsagenturen bieten unseren Gästen neben Betreuung vor Ort und Hoteltransfers auch weitere Angebote in den Destinationen an, wie beispielsweise Ausflugsprogramme.

Unser Vertriebs- und Marketinggeschäft ist gut positioniert um von stetigem Wachstum in der Tourismusbranche zu profitieren. In 2017 haben wir unser Digitalisierungsvorhaben vorangetrieben und u. a. zwei wichtige IT-Initiativen auf den Weg gebracht: One CRM sowie One Inventory & One Purchasing.

Fundierte Kundenkenntnisse sind der Schlüssel für die Gestaltung außergewöhnlicher Urlaubserlebnisse, die zu einer hohen Kundenzufriedenheit und -bindung führen. One CRM, das auf einer gemeinsamen Kundendatenbank basiert, ermöglicht uns durch detaillierte Kenntnisse unserer Kunden den Aufbau direkter und persönlicher Kundenbeziehungen. Mit Hilfe selbstlernender IT-Systeme sowie ausgefeilter Analytik nutzen wir unsere Kundenkenntnisse unternehmensweit und ermöglichen so personalisierte Vertriebs- und Marketingaktivitäten für maßgeschneiderte Dienstleistungen. Heute können wir individualisierte Kundenerlebnisse gestalten, bei denen wir durch Cross-Selling und Up-Selling profitieren. Auf Basis unserer fundierten Kundenkenntnisse stärken wir die Kundenbindung und fördern die Markentreue unserer Gäste.

Basierend auf der Blockchain-Technologie wollen wir unsere Kapazitäten in so genannten One Inventory/One Purchasing in einer zentralen Datenbank zusammenführen. Die Daten zu Kapazitäten in Konzern- und Dritthotels fließen in die Datenbank ein, die für alle Quellmärkte zugänglich ist. Ein auf Künstlicher Intelligenz basierendes System erstellt anhand der Kundennachfrage Vorschläge für die jeweilige Zuteilung der Bettenkapazitäten bzw. ermöglicht einen Bettentausch zwischen den Quellmärkten, um den Gesamtnutzen für TUI zu maximieren. Blockchain als zugrunde liegende Technologie garantiert Transparenz und Vertrauen sowie unveränderbare Nachverfolgbarkeit und Herkunftssicherheit. Kapazitätszulieferer und neue Partner aus aller Welt lassen sich dadurch einfach integrieren.

Urlauberlebnisse: Wachstum und Diversifizierung des Hotel- und Kreuzfahrtgeschäfts

Unser Hotelportfolio umfasst 380 Hotels, die als Konzepthotels, als Eigentum oder im Rahmen von Leasing-, Management und Franchise-Verträgen betrieben werden. Mit unseren Marken Robinson, TUI Magic Life und TUI Blue und mit unseren erfolgreichen Joint Venture-Marken wie Riu differenzieren wir uns von unseren Wettbewerbern. TUI Hotels zeichnen sich durch eine hohe Kundenzufriedenheit und hohe Umsätze pro Gast aus, was die Attraktivität für unsere Gäste unter Beweis stellt.

Seit dem Zusammenschluss haben wir drei Nichtkerngeschäfte veräußert: Travelopia, Hotelbeds und die Beteiligung an der Hapag-Lloyd AG. Wir beabsichtigen, die Veräußerungserlöse vor allem in unser Hotel- und Kreuzfahrtgeschäft zu reinvestieren und unser Portfolio dadurch weiter auszubauen und zu diversifizieren. Unser Ziel ist ein ROIC von durchschnittlich mindestens 15% auf Neuinvestitionen. Eine Ausrichtung der Kapitalallokation auf unsere Hotel- und Kreuzfahrtmarken soll unsere Rendite auf das eingesetzte Kapital verbessern und die Saisonalität unseres Cash Flow-Profiles reduzieren.

Im Hotelbereich beabsichtigen wir, im Einklang mit unserem bestehenden Portfolio vornehmlich unseren Bestand an Hotels mit geringerer Kapitalbindung auszubauen, also Hotels, die im Rahmen von Management-Verträgen oder Joint Ventures betrieben werden. In Destinationen, in denen wir einzigartige Objekte finden oder die einen Ganzjahresbetrieb ermöglichen, betrachten wir Eigentum als eine bessere Strategie.

Darüber hinaus fokussieren wir uns auf eine geografische Diversifizierung unseres Hotel-Portfolios. Wir bauen Destinationen in der Karibik und Asien aus und zugleich stärken wir unsere Kerndestinationen in Europa.

Unser Kreuzfahrtsegment umfasst eine Flotte von 16 Kreuzfahrtschiffen, die von drei Kreuzfahrtgesellschaften betrieben werden: unserem Joint Venture TUI Cruises, Marella Cruises und Hapag-Lloyd Cruises. Jedes Kreuzfahrtunternehmen bedient spezielle Zielgruppen und richtet sein Konzept entsprechend aus. TUI Cruises und Marella Cruises sind führende Anbieter im deutschen und englischen Markt für Premiumkreuzfahrten, während Hapag-Lloyd Luxus- und Expeditionskreuzfahrten anbietet.

Die Nachfrage in unseren speziellen Zielgruppen und Marktsegmenten zeigt sich anhaltend stark. Trotz des Kapazitätsausbaus verzeichnen unsere Kreuzfahrtschiffe im Premiummarkt weiterhin eine Auslastung von ca. 100 % bei stabilen Preisen, sodass wir den Ausbau unserer Kapazitäten durch weitere Flottenerweiterung fortsetzen werden.

Zusammenfassung

Drei Jahre nach unserem Zusammenschluss sind wir ein stärker integrierter und besser positionierter Konzern. Die Synergien aus dem Zusammenschluss haben wir vollständig realisiert.

Für die Zukunft erwarten wir weiterhin ein zweistelliges jährliches Ergebniswachstum bei reduzierter Saisonalität, einer starken Cash Conversion¹ und einem starken ROIC. Diese Entwicklung wird durch die Nachfrage in den Märkten, Effizienzsteigerung durch Digitalisierung und durch disziplinierte Investitionen in unsere eigenen Hotel- und Kreuzfahrtgeschäfte getrieben.

Wir erwarten daher, unser bereinigtes EBITA im Geschäftsjahr 2018² um mindestens 10 % zu verbessern, und verlängern unsere Prognose, ein durchschnittliches jährliches Ergebniswachstum von ebenfalls mindestens 10 % zu erreichen, auf den Zeitraum bis 2020¹ bezogen.

Für das Geschäftsjahr 2017 empfehlen der Vorstand und der Aufsichtsrat, eine Dividende von 65 Cent pro Aktie auszuschütten. Vorbehaltlich der Genehmigung der Hauptversammlung am 13. Februar 2018, werden Aktionäre, die dividendenberechtigte Aktien am Ende des Geschäftstages 13. Februar 2018 halten, die Dividende am 16. Februar 2018 ausgezahlt bekommen.

Unsere Finanzpolitik zielt auf einen Schuldendeckungsgrad des 3,0- bis 2,25-fachen Ergebnisses sowie eine Zinsabdeckung von 5,75- bis 6,75-fachen Zinsen ab.

¹ Die Cash Conversion definieren wir als das EBITDA des Konzerns abzüglich unserer langfristigen Zielgröße für die Bruttoinvestitionen der TUI Group im Verhältnis zum EBITDA des Konzerns.

² Auf Basis konstanter Wechselkurse für das Ergebnis des Berichtsjahres und des Vorjahres und auf Basis der aktuellen Konzernstruktur.

GRUNDLAGEN DER TUI GROUP

Wie wir aufgestellt sind – Konzernstruktur



VERTRIEB & MARKETING	URLAUBSERLEBNISSE	ÜBRIGE
<ul style="list-style-type: none"> • Region Nord • Region Zentral • Region West 	<ul style="list-style-type: none"> • Hotels & Resorts • Kreuzfahrten 	<ul style="list-style-type: none"> • Übrige Touristik • Alle übrigen Segmente

Dachgesellschaft TUI AG

Die TUI AG ist die Dachgesellschaft der TUI Group und hat ihren Geschäftssitz in Hannover und Berlin. Sie hält direkt oder indirekt über Beteiligungsgesellschaften Anteile an den wesentlichen Konzerngesellschaften, die das operative Geschäft des Konzerns in den einzelnen Ländern betreiben. Insgesamt gehörten am Bilanzstichtag 259 unmittelbare und mittelbare Tochterunternehmen zum Konsolidierungskreis der TUI AG. Zudem wurden 13 assoziierte Unternehmen und 28 Gemeinschaftsunternehmen nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss der TUI AG einbezogen.

→ Für Details zu den Konsolidierungsgrundsätzen und -methoden sowie zum Anteilsbesitz siehe Seite 143 und 233.

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 102.

Für die strategische und operative Führung der TUI Group ist ein Group Executive Committee eingerichtet. Es bestand zum 30. September 2017 aus zwölf Mitgliedern und tagt unter der Leitung des Vorstandsvorsitzenden Friedrich Jousen.

Struktur der TUI Group

Die Kerngeschäfte der TUI Group, Vertrieb & Marketing und Urlaubserlebnisse, gliedern sich in die Segmente Region Nord, Zentral und West, Hotels & Resorts und Kreuzfahrten. Darüber hinaus gehören die Übrige Touristik und Alle übrigen Segmente zur TUI Group.

VERTRIEB & MARKETING

Wir verfügen mit den drei Region Nord, Zentral und West über gut aufgestellte Vertriebs- und Marketingorganisationen, die jährlich mehr als 20 Mio. Kunden unvergleichliche 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, als 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 erzielen wir in der Touristikbranche einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Um unseren Kunden

eine große Auswahl an Hotelunterkünften anbieten zu können, greifen unsere Vertriebs- und Marketingorganisationen auf ein großes Portfolio an TUI 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 Quellmarktreionen 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 2017 fortgesetzt und weitere Skaleneffekte erzielt. Dies ermöglicht es unseren Fluggesellschaften, trotz herausfordernder Marktbedingungen wettbewerbsfähig zu bleiben. Gemessen an der Größe sind wir mit unserer Flotte von rund 150 Flugzeugen unter den Top 10 der europäischen Fluglinien und die mit Abstand größte Chartergesellschaft. Unseren Weg hin zu einer modernen und treibstoffeffizienten Flotte, den wir mit dem Einsatz der 787 Dreamliner begonnen haben, setzen wir mit der Einführung der 737 MAX in 2018 fort.

REGION NORD

Das Segment Region Nord enthält die Vertriebs- und Marketingorganisationen sowie die Fluggesellschaften in Großbritannien, Irland und den nordischen Ländern. Daneben wurden diesem Segment die strategische Beteiligung Sunwing in Kanada und das Gemeinschaftsunternehmen TUI Russia zugeordnet. Im Berichtsjahr wurde die bisher in der Region Nord ausgewiesene Hotelbetriebsgesellschaft Blue Diamond Hotels and Resorts Inc., St. Michael, Barbados, in das Hotelgeschäft integriert und wird seitdem im Segment Hotels & Resorts berichtet. Außerdem

wurde das bisher ebenfalls in der Region Nord geführte englische Kreuzfahrtgeschäft Thomson Cruises (ab Oktober 2017 Marella Cruises) in das Segment Kreuzfahrten umsegmentiert.

REGION ZENTRAL

Das Segment Region Zentral umfasst die Vertriebs- und Marketingorganisationen sowie die Fluggesellschaft in Deutschland sowie die Veranstalter in Österreich, der Schweiz und Polen.

REGION WEST

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

URLAUBSERLEBNISSE

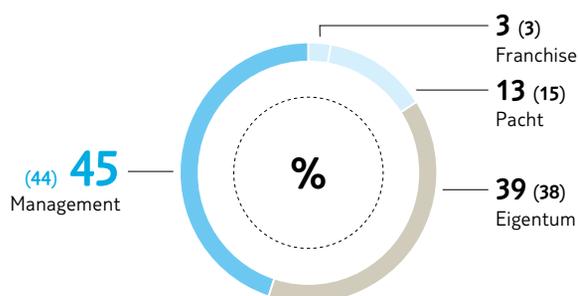
Unter der Bezeichnung fassen wir unsere Hotel- und Kreuzfahrtaktivitäten zusammen.

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 Management-Verträge abgeschlossen wurden.

Im Geschäftsjahr 2017 umfasste das Segment Hotels & Resorts insgesamt 327 Hotels mit 238.775 Betten. Darüber hinaus gehörten 53 Konzepthotels zur TUI Group, die von Drittanbietern mit den TUI Konzepten TUI Sensatori, TUI Sensimar und TUI Family Life betrieben werden.

Hotels & Resorts Finanzierungsstruktur

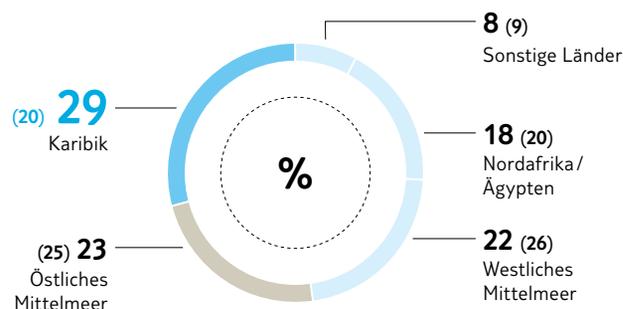


Vorjahreswerte in Klammern.

Riu

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

Hotels & Resorts Betten nach Regionen



Service. Die Hotels gehören hauptsächlich dem Premium- und Komfortsegment an und befinden sich im Wesentlichen in Spanien, Mexiko und in der Karibik.

Robinson

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

Im Berichtsjahr wurde die bisher in der Region Nord ausgewiesene Hotelbetriebsgesellschaft Blue Diamond Hotels and Resorts Inc., St. Michael, Barbados, in das Hotelgeschäft integriert und wird seitdem im Segment Hotels & Resorts gezeigt. Blue Diamond ist eine stark wachsende Hotelresortkette in der Karibik für Gäste mit höchsten Ansprüchen.

Übrige Hotelbeteiligungen und Konzepthotels

Zu den übrigen Hotelbeteiligungen gehören insbesondere die weiteren Kernmarken TUI Blue und TUI Magic Life sowie die Hotels der Marken Grupotel und Iberotel. Daneben bieten unsere exklusiven Hotelkonzepte TUI Sensimar, TUI Sensori und TUI Family Life unseren Kunden Urlaubsangebote in erstklassigen Lagen mit hohen Leistungs-, Qualitäts- und Umweltstandards.

KREUZFARTEN

Das Segment Kreuzfahrten umfasst Hapag-Lloyd Cruises und das Gemeinschaftsunternehmen TUI Cruises. Im Berichtsjahr wurde außerdem das vorher in der Region Nord geführte englische Kreuzfahrtgeschäft Thomson Cruises in das Segment Kreuzfahrten umsegmentiert. Im Oktober 2017 wurde die Gesellschaft von Thomson in Marella Cruises umbenannt. Die drei Kreuzfahrtlinien bedienen mit ihren insgesamt 16 Schiffen verschiedene Zielgruppen mit unterschiedlichen Dienstleistungskonzepten.

Finanzierungsstruktur Kreuzfahrtflotte

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

Stand 30. September 2017.

* Vormals Thomson Cruises.

TUI Cruises

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 Premiumvolumensegment für Kreuzfahrten im deutschsprachigen Raum ein: Der Berlitz Cruise Guide hat die Mein Schiff 3, Mein Schiff 4, Mein Schiff 5 und Mein Schiff 6 unter die Top 5 der Welt in der Kategorie Große Schiffe gewählt.

Marella Cruises

Marella Cruises, die zuvor als Thomson Cruises firmierte, bietet im britischen Markt Kreuzfahrten in unterschiedlichen Segmenten an. Zur Flotte gehören die im Juni 2016 getaufte Marella Discovery sowie die Marella Discovery 2, die im Mai 2017 in Betrieb genommen wurde.

Hapag-Lloyd Cruises

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. Die Flaggschiffe Europa und Europa 2 haben mit 5-Sterne Plus erneut die höchste Bewertung des Berlitz Cruise Guide erhalten und sind die einzigen Schiffe in dieser Kategorie. Zu den Expeditionschiffen gehören die Hanseatic und die Bremen.

ÜBRIGE TOURISTIK

In dem Segment Übrige Touristik werden zentrale Funktionen wie die Informationstechnologie, one Aviation sowie die französische Fluggesellschaft Corsair ausgewiesen. Auch die Zielgebietsdienstleistungen, die mehr als 12 Mio. Kunden in weltweit 115 Zielgebieten vor Ort betreuen, werden in diesem Segment geführt.

ALLE ÜBRIGEN SEGMENTE

Zum Segment „Alle übrigen Segmente“ gehören neben den Geschäftstätigkeiten für die neuen Märkte insbesondere die Corporate Center-Funktionen der TUI AG und der Zwischenholdings sowie die Immobilien-gesellschaften des Konzerns.

Am 10. Juli 2017 wurden die verbliebenen Anteile an der Hapag-Lloyd AG verkauft. Zuvor waren einige Anteilsverkäufe bereits auf dem freien Markt getätigt worden.

AUFGEBEBENE GESCHÄFTSBEREICHE

Die im Vorjahr als aufgebener Geschäftsbereich ausgewiesene Specialist Group bestand im Geschäftsjahr 2017 noch aus den unter „Travelopia“ zusammengefassten Reiseveranstaltern, die insbesondere Expeditionsreisen, Luxusreisen, Reisen zu Sportereignissen, Reisen für Schüler und Studenten sowie Segelurlaube anbieten. Der Bereich Sprachreisen wurde bereits im vergangenen Geschäftsjahr veräußert. Die vormals ebenfalls zur Specialist Group gehörenden Einheiten Crystal Ski und Thomson Lakes & Mountains waren zu Beginn des Geschäftsjahres 2017 in die Region Nord umgegliedert und in das Geschäft von TUI UK integriert worden, da sie hohe Synergien und einmalige Urlaubserlebnisse bieten.

Der Verkauf der Specialist Group (Travelopia) an Kohlberg Kravis Roberts (KKR) wurde am 15. Juni 2017 vollzogen.

Forschung und Entwicklung

Als touristischer Dienstleistungskonzern betreibt die TUI Group keine mit produzierenden Unternehmen vergleichbare Forschung und Entwicklung. Daher entfällt dieser Teilbericht.

Wie wir uns messen – Wertorientierte Konzernsteuerung

Steuerungssystem und Leistungsindikatoren

Als weltweit führender Touristikkonzern mit einer globalen Marke, einem attraktiven Hotelportfolio, einem wachsenden Kreuzfahrtgeschäft, einer modernen und effizienten Flugzeugflotte sowie direktem Zugang zu rund 20 Mio. Kunden wollen wir unser vertikal integriertes Geschäftsmodell durch ein profitables Wachstum absichern und eine nachhaltige Wertsteigerung der TUI Group erzielen.

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 zentralen Steuerungsgrößen im Zuge der periodischen Wertanalyse sind der Return On Invested Capital (ROIC) und der absolute Wertbeitrag. Dabei werden dem erzielten ROIC die segmentspezifischen Kapitalkosten gegenübergestellt. Der ROIC errechnet sich als Quotient aus dem bereinigten Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte (bereinigtes EBITA) und dem durchschnittlich gebundenen verzinslichen Kapital (Invested Capital) des Segments.

Das EBITA definieren wir als Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und Aufwendungen aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten sowie Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte.

Zur Erläuterung und Bewertung der operativen Geschäftsentwicklung der TUI Group verwenden wir ein um Sondereinflüsse bereinigtes EBITA. Das bereinigte EBITA ist um Abgangsergebnisse von Finanz-

anlagen, 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.

Im Rahmen unserer Wachstumsstrategie wollen wir bis zum Geschäftsjahr 2020 (zu konstanten Wechselkursen) einen durchschnittlichen jährlichen Zuwachs unseres bereinigten EBITA um mindestens 10 % erzielen.

Zur unterjährigen Verfolgung der Geschäftsentwicklung in den Segmenten monitorieren wir neben den finanziellen Größen Umsatz und EBITA auch wesentliche nichtfinanzielle Leistungsindikatoren, wie Gästezahlen unserer Veranstalter sowie Kapazität bzw. Passagiertage, Auslastung und Durchschnittspreise in den Segmenten Hotels & Resorts und Kreuzfahrten. Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung haben wir außerdem eine Zielgröße für den spezifischen CO₂-Ausstoß pro Passagierkilometer unserer Airlines festgelegt, deren Erreichung wir jährlich messen.

➔ Informationen über operative Leistungsindikatoren finden Sie in den Abschnitten „Geschäftsverlauf in den Sparten“ und „Umwelt“ sowie im Prognosebericht.

Kapitalkosten

Kapitalkosten (WACC)

	Hotels	Kreuzfahrten	Marketing & Vertrieb	TUI Group
%	2017	2017	2017	2017
Risikoloser Zinssatz	1,25	1,25	1,25	1,25
Risikozuschlag	6,23	5,44	5,41	5,64
Marktrisikoprämie	6,50	6,50	6,50	6,50
Beta-Faktor ¹	0,9590	0,8373	0,8320	0,8672
Eigenkapitalkosten nach Steuern	7,48	6,69	6,66	6,89
Fremdkapitalkosten vor Steuern	2,09	2,09	3,52	2,95
Tax Shield	0,52	0,04	0,81	0,62
Fremdkapitalkosten nach Steuern	1,57	2,05	2,71	2,33
Eigenkapitalquote ²	84,70	64,80	63,56	69,46
Fremdkapitalquote ²	15,30	35,20	36,44	30,54
Gesamtkapitalkosten nach Steuern³	6,50	5,00	5,25	5,50
Eigenkapitalkosten vor Steuern	9,59	6,80	8,12	8,36
Fremdkapitalkosten vor Steuern	2,09	2,09	3,52	2,95
Eigenkapitalquote ²	84,70	64,80	63,56	69,46
Fremdkapitalquote ²	15,30	35,20	36,44	30,54
Gesamtkapitalkosten vor Steuern³	8,50	5,25	6,50	6,75

¹ Sparten-Beta auf Basis Peergroup, Konzern-Beta auf Basis gewichteter Sparten-Betas.

² Spartenquote auf Basis Peergroup, Konzernquote auf Basis gewichteter Spartenquoten.

³ Auf 1/4-Prozentpunkt gerundet.

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 gebundenen

verzinslichen Kapital (Invested Capital) des Segments bzw. der Sparte. Die angesetzte Ergebnisgröße ist definitionsgemäß frei von steuerlichen und finanziellen Einflüssen und bereinigt um einmalige Sondererlöse. 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. 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.

ROIC und Wertbeitrag TUI Group

Mio. €	Anhang	2017	2016
Eigenkapital		3.533,7	3.248,2
Gezeichnetes Kapital	(24)	1.501,6	1.500,7
Kapitalrücklage	(25)	4.195,0	4.192,2
Gewinnrücklagen	(26)	-2.756,9	-3.017,8
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter am Eigenkapital	(28)	594,0	573,1
zzgl. Verzinsliche Schuldpositionen		3.328,1	3.769,1
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	(29)	1.127,4	1.450,9
Langfristige Finanzschulden	(31), (38)	1.761,2	1.503,4
Kurzfristige Finanzschulden	(31), (38)	171,9	537,7
Derivative Finanzinstrumente	(38)	267,6	277,1
abzgl. Finanzielle Vermögenswerte		3.024,7	3.137,2
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	(17), (38)	69,5	316,2
Derivative Finanzinstrumente	(38)	295,3	671,4
Finanzmittel	(22), (38)	2.516,1	2.072,9
Übrige finanzielle Vermögenswerte		143,8	76,7
zzgl. Kaufpreisallokationen		317,5	300,5
Invested Capital		4.154,7	4.180,6
Invested Capital Vorjahr		4.180,6	3.968,1
Saisonale Anpassung ¹		500,0	500,0
Ø Invested Capital²		4.667,7	4.574,4
Bereinigtes EBITA		1.102,1	1.000,5
ROIC	%	23,61	21,87
Kapitalkosten (WACC)	%	6,75	7,50
Wertbeitrag		787,0	657,4

¹ Anpassung zur Berücksichtigung der saisonalen Veränderung der Nettofinanzposition.

² Durchschnittswert aus Jahresanfangs- und -endbestand inkl. saisonaler Anpassung.

Der ROIC der TUI Group verbesserte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 1,7 Prozentpunkte auf 23,6%. Unter Berücksichtigung der Kapitalkosten in Höhe von 6,75% errechnet sich ein damit positiver Wertbeitrag von 787,0 Mio. € (Vorjahr 657,4 Mio. €).

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 unseren beiden größten Quellmärkte werden nun wesentliche Kontrollen und in allen größeren Geschäftsbereichen wichtige Finanzkontrollen regelmäßig getestet. Unser Risikomanagementkonzept wird nachstehend beschrieben.

Konzeptionelle Grundlagen des Risikomanagements

STRATEGISCHE AUSRICHTUNG UND RISIKOTOLERANZ

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.

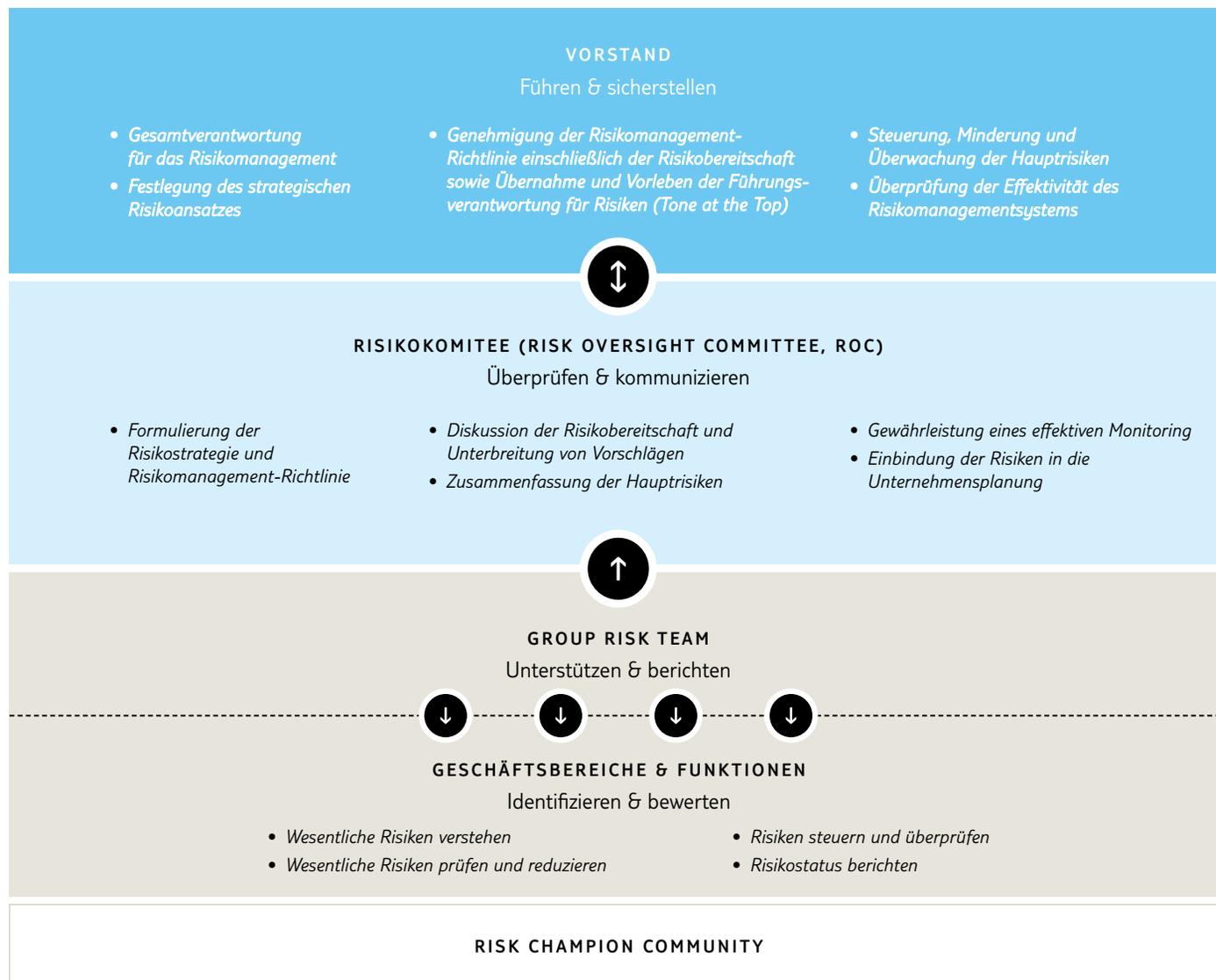
Um sicherzustellen, dass die von dem Unternehmen gewählte Ausrichtung die optimale der verfügbaren strategischen Optionen darstellt, wird der Vorstand durch die Konzernfunktion Group Strategy unterstützt. Diese Konzernfunktion soll den Vorstand bei der Einschätzung der Risikolandschaft und der Entwicklung 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. Nach der Festlegung und Kommunikation des angemessenen Risikoniveaus für das Unternehmen hat der Vorstand 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 Gesamtrisikosituation des Konzerns, die einzelnen Hauptrisiken und das Management dieser Risiken sowie über die Ergebnisse und Effektivität des Risikomanagementsystems insgesamt.

TUI Group Risikomanagementfunktionen und -verantwortlichkeiten



Das Risikokomitee (Risk Oversight Committee, ROC) 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 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. Das ROC unterstützt die Einbindung des Risikomanagements in den Planungszyklus des Konzerns und überwacht die durchzuführenden Stresstests für die Cash Flow-Prognosen.

Das Management der wichtigsten Geschäftsbereiche des Konzerns nimmt 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 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 Group Director Controlling und der Finanzdirektor Touristik, die Leiter der Ressorts Compliance & Risk, Financial Accounting, Treasury & Insurance, Group Reporting & Analysis, Assurance, M&A, Investor Relations und Vertreter der IT- und Legal Compliance-Funktionen sowie Group HR an. Der Bereichsleiter

Konzernrevision nimmt ohne Stimmrecht teil, um die Unabhängigkeit seiner Funktion zu wahren. Das ROC berichtet quartalsweise 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.

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 Risikokoordinierung, -überwachung und -berichterstattung. Das Group Risk-Team ist für die Verwaltung und den Einsatz der Risiko- und Kontrollsoftware verantwortlich, die die Risikoberichterstattungs- und Risikomanagementprozesse des Konzerns IT-technisch unterstützt.

Jeder Geschäftsbereich und jeder Quellmarkt 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 und Quellmärkte jeweils einen Risk Champion, der die Risikomanagement-Richtlinie innerhalb des Geschäftsbereichs einsetzt 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 ein Verständnis für die Notwendigkeit der kontinuierlichen Verbesserung des Risikomanagements und der Berichterstattung.

RISIKOMANAGEMENTPROZESS

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

Risikoidentifizierung: Vierteljährlich identifizieren die jeweiligen Linienmanagements die Risiken, die für die Verfolgung der Strategie des Ge-

schäftsbereichs 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: Bei der Beschreibung der Risiken werden 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/Quellmärkten 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 nachstehend aufgeführten Kriterien.

Als nächster Prozessschritt erfolgt die Beurteilung der bestehenden Kontrollen, die zur Reduzierung der Eintrittswahrscheinlichkeit des Risikos und/oder seiner Auswirkungen bei Eintritt beitragen. Die Details der Kontrollen und die jeweiligen Kontrolldurchführenden werden dokumentiert. Unter Berücksichtigung der bestehenden Kontrollen kann dann eine Einschätzung des aktuellen Risikos bzw. Netto Risikos erfolgen, das im Wesentlichen das realistischerweise zu erwartende Szenario darstellt. Es bemisst die Auswirkungen und die Eintrittswahrscheinlichkeit des Risikos unter Beachtung der festgelegten Kontrollen. Anhand des Netto Risikos können das aktuelle Risikoniveau und die Verlässlichkeit der derzeit durchgeführten Kontrollen eingeschätzt werden.

Auswirkungen

	UNBEDEUTEND	GERING	MODERAT	WESENTLICH	GRAVIEREND
QUANTITATIV	<3 % EBITA* (<30 Mio. €)	3 – <5 % EBITA* (30 – <50 Mio. €)	5 – <10 % EBITA* (50 – <105 Mio. €)	10 – <15 % EBITA* (105 – <160 Mio. €)	≥ 15 % EBITA* (≥ 160 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 2017 endende Geschäftsjahr.

Eintrittswahrscheinlichkeit

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

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 jene Person, die die Umsetzung dieses Maßnahmenplans innerhalb einer vereinbarten Frist zu gewährleisten hat.

Jeder Geschäftsbereich/Quellmarkt überprüft weiterhin fortlaufend das jeweilige Risikoinventar anhand der für den Geschäftsbereich festgelegten Gremien, z. B. eines lokalen Risikoausschusses. Der Risikoverantwortliche trägt die Verantwortung, wenn Maßnahmenpläne nicht innerhalb der vereinbarten Frist umgesetzt werden.

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 und Risikomanagement 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. Bestes Beispiel für eine Ad-hoc-Risikoberichterstattung im Berichtsjahr war eine Beurteilung der durch die Insolvenz der Fluggesellschaft Air Berlin entstandenen Risiken.

ENTWICKLUNGSGRAD VON RISIKOMANAGEMENT UND RISIKOKULTUR

Während des Geschäftsjahres haben die Risk Champions in Zusammenarbeit mit dem Group Risk-Team im Rahmen ständiger Verbesserungsbemühungen weiter an den Risikomanagement-Maßnahmenplänen für die Geschäftsbereiche gearbeitet. In regelmäßigen Zeitabständen werden die Geschäftsbereiche aufgefordert, eine formale Beurteilung von Entwicklungsgrad und Risikokultur ihres jeweiligen Unternehmens

durchzuführen. Grundlage der Bewertung sind durch die Risk Champions ausgefüllte Selbsteinschätzungsfragebögen, die Validierung dieser Angaben durch die lokale Geschäftsführung und die anschließende Diskussion der Antworten mit dem Group Risk-Team.

Wir führen regelmäßig eine konzernweite Mitarbeiterbefragung durch. Das Feedback, das wir von unseren Mitarbeitern erhalten, bildet häufig die Grundlage für die Einführung verschiedener Initiativen. Die Umfrage ist für uns ein wichtiger Maßstab, der uns zeigt, wo wir als Unternehmen stehen, und uns die stärkere Einbettung unserer Vision und unserer Werte in unsere Unternehmenskultur ermöglicht.

BERICHTSKREIS (ENTITY SCOPING)

Die Festlegung des zu überprüfenden Berichtskreises (Entity Scoping) erfolgt jährlich im Rahmen eines etablierten Prozesses, um die Konzern-einheiten 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. Darüber hinaus werden übergeordnete Berichtsebenen eingeführt, durch die einzelne Einheiten gemeinsam gesteuert werden. Damit wird definiert, welche Einheiten in dem IT-System zu erfassen sind, um eine konzernweite vollständige Bottom up-Risikoberichterstattung zu ermöglichen. So wird sichergestellt, dass die Risiken und Kontrollen auf der Business Management-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. Die Testergebnisse der Kontrollen in den Geschäftsbereichen in Großbritannien und Irland sowie Deutschland und die Tests finanzieller Kontrollen, die in mehreren unserer größeren Geschäftsbereiche durchgeführt werden, bilden einen wesentlichen Teil der Überwachung der Effektivität. 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 wie bereits erwähnt, haben die Risk Champions und das Group Risk-Team weiterhin gemeinsam an den Risikomanagement-Maßnahmen-

plänen für die Geschäftsbereiche gearbeitet. 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

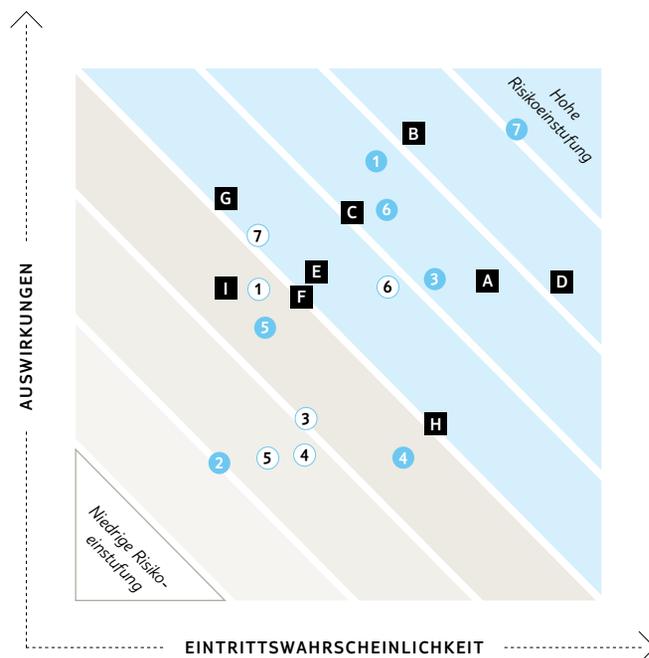
Alle Bereiche der Touristik sehen sich zwangsläufig einer Reihe wesentlicher Risiken, bezeichnet als Hauptrisiken, ausgesetzt. Wir haben Kontrollen, Prozesse und Verfahren eingeführt, die jedes dieser immanenten Risiken reduzieren, um entweder die Eintrittswahrscheinlichkeit und/oder die Auswirkungen eines etwaigen Eintritts zu minimieren. Diese Risiken sind 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.

Darüber hinaus wird die Tourismusbranche durch den Eintritt neuer Marktteilnehmer mit neuen Geschäftsmodellen schnelllebig und wettbewerbsintensiver. Auch entwickeln sich die Vorlieben und Bedürfnisse der Verbraucher ständig weiter. Vor diesem Hintergrund müssen wir unser Geschäftsmodell regelmäßig den sich verändernden Umfeldbedingungen anpassen. Dieser Prozess der ständigen Veränderungen führt in der Regel zu einer Reihe von Hauptrisiken, 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 Nettorisiko auf den in der Grafik ausgewiesenen Zielwert zu reduzieren.

Der Grafik liegen die auf Seite 33 genannten Bewertungskriterien zugrunde. Die quantitative Bewertung basiert auf dem in der Planung festgelegten bereinigten EBITA für das zum 30. September 2017 endende Geschäftsjahr.

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 weiterentwickeln.

Risikopositionen



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

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

AKTIVE RISIKEN

AKTUELLE RISIKOPOSITION ANGESTREBTE RISIKOPOSITION

- 1 IT-Entwicklung und -Strategie
- 2 Markenmigration
- 3 Wachstumsstrategie
- 4 Chancen aus der Integration und Restrukturierung
- 5 Umwelt- und gesellschaftliche Verantwortung
- 6 Informationssicherheit
- 7 Brexit

Hauptrisiken – inhärent für die Branche

Art des Risikos

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 vergangenen Jahr.

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

Risikobegrenzende Faktoren

- Wir können das Auftreten solcher Ereignisse nicht verhindern, verfügen jedoch über detaillierte Krisenmanagementprozesse und Notfallpläne, die umgesetzt werden, wenn ein Ereignis dieser Art eintritt. Dabei hat das Wohlergehen unserer Gäste oberste Priorität.
- Sollte es angebracht sein, unsere Gäste umgehend in ihre Heimat auszufliegen, können wir den Rücktransport dank unserer großen Flugzeugflotte reibungslos und effizient durchführen.
- Wir richten uns in jedem unserer Quellmärkte nach den Reise警告ungen des jeweiligen Auswärtigen Amts im Hinblick auf nicht notwendige Reisen. Dadurch minimieren wir die Zahl unserer Gäste in gefährdeten Regionen.
- Dank unserer Präsenz in allen wichtigen Urlaubsregionen können wir unseren Gästen alternative Destinationen anbieten und unser Destinationsportfolio umschichten, wenn ein konkretes Zielgebiet von einem externen Ereignis betroffen ist. Die betroffene Region wird in künftigen touristischen Saisons ggf. nicht mehr angeboten.

Art des Risikos

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.

Darüber hinaus können sich die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf die Wechselkurse, insbesondere den £/€-Wechselkurs, auswirken. Dies kann direkten Einfluss auf die Umrechnung von Ergebnissen aus Quellmärkten außerhalb des Euro-Raums in Euro, die Konzernberichts-währung, haben.

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.

Risikobegrenzende Faktoren

- 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.

- Viele Verbraucher räumen ihren Reiseausgaben gegenüber anderen disponiblen Ausgaben eine hohe Priorität ein.
- Wir schaffen einzigartige 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 geben unsere wichtige Zielgröße für das Gewinnwachstum auf Basis konstanter Wechselkurse an. So lässt sich unser kurzfristiges Ergebnis ohne wechselkursbedingte Effekte einschätzen.
- Wir fördern die Vorteile des Reisens mit einem anerkannten führenden Veranstalter, damit unsere Kunden unbeschwert und vertrauensvoll reisen können.

- Dank unserer herausragenden Marktposition als führender Touristikonzern, unserer Markenstärke und unseres integrierten Geschäftsmodells können wir schlagkräftig auf Wettbewerbsrisiken reagieren.
- Die TUI Group zeichnet sich durch die kontinuierliche Entwicklung einzigartiger 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. Hier können Mitbewerber kaum mithalten.
- 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.

Art des Risikos

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 auch die Gefahr, dass unsere Sicherungspolitik zu unflexibel ist. Wir könnten uns außerstande sehen, dem Preisdruck des Wettbewerbs während der Saison zu begegnen, was nicht ohne negative Auswirkungen auf unsere Marktposition und/oder Rentabilität bliebe.

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

- Wir nutzen geeignete derivative Finanzinstrumente, um grundgeschäftsbezogene Risiken aus der Änderung von Treibstoffpreisen und Wechselkursen abzusichern.
 - Wir verfolgen eine angemessene Sicherungspolitik, die bereits im 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 reagieren zu können.
 - Wir verfolgen die Entwicklung der Wechselkurse und Treibstoffmärkte, um über die aktuellsten Marktinformationen zu verfügen und unsere Sicherungspolitik angemessen zu gestalten.
 - Detaillierte Angaben zur Absicherung von Währungskurs- und Treibstoffpreiserisiken finden sich im Abschnitt Finanzinstrumente im Anhang zum Konzernabschluss.
- 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, ein anderes Saisonalitätsprofil auf und kompensieren so die Saisonalität des touristischen Geschäftsverlaufs.
 - Auch unsere Content-fokussierte Strategie hilft uns, das Saisonalitätsrisiko zu reduzieren, da Hotels und Kreuzfahrten ein ausgewogeneres unterjähriges Gewinn- und Cash Flow-Profil aufweisen. Dies wird dadurch unterstrichen, dass der Konzern im abgelaufenen Geschäftsjahr erstmals schon nach neun Monaten zum 30. Juni einen bereinigten operativen Gewinn erzielt hat.
 - Unterjährig erstellen wir regelmäßig kurz- und langfristige Cash Flow-Prognosen, die unser Finanzteam für ein effektives Management der Zahlungsmittelressourcen nutzt.
 - Wir haben eine Finanz-Richtlinie eingeführt, die zu einer Verbesserung unserer Kreditwürdigkeit geführt hat und die es uns erleichtert, geeignete Finanzierungsmöglichkeiten zu generieren.
 - Bestehende Finanzierungslinien werden für unsere Anforderungen mehr als ausreichend betrachtet und sie räumen 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.

Art des Risikos

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.

Als Weltmarktführer in der Touristik operiert die TUI Group aus zahlreichen Quellmärkten heraus und bietet Urlaubsprodukte in mehr als 100 Destinationen an. Daher sind wir mit einer Fülle von Gesetzen und Bestimmungen konfrontiert, die wir einzuhalten haben. Andernfalls wären wir dem Risiko von Strafzahlungen oder anderen Sanktionen durch aufsichtsrechtliche Gremien ausgesetzt.

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 als weltweit führendes Touristikunternehmen mit mehr als 20 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 Verbindlichkeiten aufgrund des Einleitens rechtlicher Schritte durch die betroffenen Parteien entstehen.

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.

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 Expertise zu erhalten. Die TUI unterhält drei bedeutende Joint Ventures: Riu, TUI Cruises und Sunwing.

Risikobegrenzende Faktoren

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

- 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 robusten 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 einzigartigen 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.

Art des Risikos

Es besteht das Risiko, dass die Ziele der Gemeinschaftsunternehmen nicht dauerhaft mit denen des Konzerns in Einklang stehen könnten, falls es uns nicht gelingen sollte, gute Beziehungen zu unseren wichtigsten Partnern zu pflegen. Dies könnte zu operativen Schwierigkeiten führen und die Erreichung von Finanzziele gefährden.

Risikobegrenzende Faktoren

Aktives Management der Hauptrisiken – Strategischer Wandel, neu auftretende Veränderungen und Business Change

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.

Ein Risiko besteht darin, dass es uns nicht gelingen könnte, mit dem Markt und den sich verändernden Kundenanforderungen Schritt zu halten oder ihn zu übertreffen, dass wir unsere Aktivitäten nicht auf die richtigen Bereiche fokussieren, die für den geschäftlichen Erfolg ausschlaggebend sind, dass wir Altlasten in Form von Ineffizienzen und Komplexitäten unserer bestehenden Infrastruktur nicht beheben, dass wir für kritische IT-Systeme keine Servicekontinuität gewährleisten und/oder die Umsetzung unserer Strategie bzw. Entwicklungen nicht erwartungsgemäß verlaufen.

Sollten wir unsere Strategie oder die technologische Weiterentwicklung nicht effektiv umsetzen, könnte sich dies auf unsere Fähigkeit 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 würde letztlich Auswirkungen auf die Anzahl unserer Kunden, den Umsatz und die Profitabilität haben.

MARKENMIGRATION

Unsere Strategie besteht darin, unsere vielen starken lokalen Marken unter einer globalen Dachmarke zusammenzuführen, um unsere Wettbewerbsposition, insbesondere im Online-Vertrieb, zu stärken und zu verbessern. Wir sind bestrebt, die Stärke der Marke TUI global zu nutzen, jedoch zugleich unsere lokalen Wurzeln zu bewahren.

Die Umsetzung einer derart umfassenden globalen Markenstrategie birgt das immanente Risiko, dass es uns möglicherweise nicht gelingen wird, den Nutzen des lokalen Markenwerts während des gesamten Prozesses zu bewahren. Uns ist bewusst, dass ein derart umfassendes Programm die Wahrung der Interessen aller Anspruchsgruppen und die Einhaltung unserer bestehenden vertraglichen Verpflichtungen zu gewährleisten hat.

- Im Zusammenwirken mit Führungskräften sowie Business- und IT Leadership-Teams haben wir die IT-Strategie des Konzerns entwickelt und kommuniziert. Sie richtet sich klar an unseren allgemeinen Geschäftszielen aus und berücksichtigt externe Faktoren, wie das Tempo des technologischen Wandels, aber auch interne Faktoren, wie die im IT-Bereich durchgängig erforderliche Qualität.
- Wir führen die Umsetzung unserer Online-Plattform fort, um das Kundenerlebnis zu verbessern und höhere Konversionsraten zu erzielen.
- Die TUI setzt eine SAP-basierte zentrale Kundenplattform um, um sämtliche Informationen über die Kunden zusammenzuführen, damit eine einheitliche Sicht auf den Kunden über den gesamten Kundenzyklus entlang einer E-Plattform für das Kundenbeziehungsmanagement (CRM) möglich wird, die strategische Marketinginitiativen unterstützen soll.
- 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.
- Wir experimentieren mit der Blockchain-Technologie, um unseren Mitbewerbern einen Schritt voraus zu sein.

- Wir haben in jedem Quellmarkt detaillierte Marktforschungen durchgeführt, um die aktuelle Markenpositionierung und die erwarteten Auswirkungen des Markenwechsels einzuschätzen.
- Wir haben zusätzliche Marketingausgaben genehmigt, um das Profil der Marke TUI vor Ort zu schärfen und dadurch die Vorzüge der Marke stärker herauszustellen und die Erwartungen unserer Kunden im Hinblick auf die Zukunft unserer verbesserten Produkte und Dienstleistungen zu steuern.
- Wir haben ein Team für unser oneBrand-Programm aufgebaut, das für die Koordination und Überwachung des Markenwechselprojekts in sämtlichen Quellmärkten verantwortlich ist. Wir haben Leistungskennzahlen (KPIs) festgelegt, die regelmäßig durch lokale wie auch konzernweit agierende Kollegen nachverfolgt werden. Beim Auftreten etwaiger Schwierigkeiten werden umgehend Abhilfemaßnahmen ergriffen.

Art des Risikos

Sollte es uns nicht gelingen, unsere Strategie erfolgreich umzusetzen, könnte dies zu einem Rückgang der Markenbekanntheit und der Markenbindung führen. Dies wiederum könnte zu einer rückläufigen Kundennachfrage führen oder unsere Fähigkeit, die Nutzung der mit der Verwendung einer globalen Dachmarke einhergehenden Chancen zu maximieren, beeinträchtigen.

WACHSTUMSSTRATEGIE

Unser mittelfristiges Ziel ist ein jährlicher durchschnittlicher Zuwachs von mindestens 10% beim bereinigten EBITA auf Basis konstanter Wechselkurse (siehe Seite 48). Dies erreichen wir durch das Wachstum unseres eigenen Hotel- und Kreuzfahrtcontent sowie Umsatzwachstum und Effizienzsteigerungen.

Wir haben außerdem unser Angebot durch eine Flexibilisierung unserer Pauschalreisen und Erweiterungen auf der Langstrecke durch unsere Kapazitäten der Boeing 787 Dreamliner, die wir bereits betreiben bzw. geordert haben, ausgebaut. Die Sicherstellung der Flugzeugfinanzierung ist dabei Voraussetzung für unser Geschäftsmodell.

Wir müssen diese Wachstumspläne managen und uns zugleich weiterhin an sich verändernde Kundenanforderungen und Buchungsprofile anpassen. Wir müssen auch weiterhin unsere Kapazitäten an die Kundennachfrage anpassen. 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 erreichen. Dadurch könnten wir hinter den Wachstumszielen, die wir uns für unser Geschäft gesetzt haben, zurückbleiben.

Risikobegrenzende Faktoren

- Wir verfolgen bei unserem Markenmigrationsprogramm einen zeitlich gestaffelten, fokussierten Ansatz, den wir in den einzelnen Quellmärkten nacheinander umsetzen. Diese Vorgehensweise ermöglicht es uns, das jeweils aktuell bestehende Risiko zu minimieren, Erkenntnisse aus den Erfahrungen der im Migrationsprozess befindlichen Quellmärkte zu gewinnen und diese Erkenntnisse im darauffolgenden Quellmarkt zu berücksichtigen. Unsere erste Markenmigration haben wir im Geschäftsjahr 2016 in den Niederlanden erfolgreich abgeschlossen. Im Geschäftsjahr 2017 folgten die Quellmärkte Nordische Länder und Belgien. Im Geschäftsjahr 2018 wird die bedeutende Markenmigration in Großbritannien und Irland von Thomson zu TUI vollzogen sein.
- Wir kommunizieren intern wie auch extern über verschiedene Medienkanäle, um die Markenbekanntheit zu erhöhen. Wir haben darüber hinaus geplant, den Bekanntheitsgrad durch konsistentes Marketing an Flughäfen in wichtigen Destinationen weiter zu steigern und unsere Flugzeuge umzulackieren, um die Wahrnehmung der Marke TUI zu erhöhen.
- 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 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 von Fehlentscheidungen.
- 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.

Art des Risikos

CHANCEN AUS DER INTEGRATION UND RESTRUKTURIERUNG

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

Konzernweit haben wir daher eine Vielzahl von Umstrukturierungsprojekten initiiert, um diese Chancen nutzen zu können. Aufgrund der fortlaufenden Überprüfung unserer eigenen Gesellschaften und der Mitbewerber betreiben wir zudem ein aktives Programm von Veräußerungen (z. B. Travelopia im Geschäftsjahr 2017) und Übernahmen und initiieren damit verbundene Integrationsprojekte.

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 gelöst werden könnten. Auch der Abbau sich noch überlappender Konzernfunktionen zur Entwicklung eines schlankeren und gestrafften Geschäftsmodells könnte nicht realisierbar sein.

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.

UMWELT- UND GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG

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

- Für alle wichtigen laufenden Umstrukturierungs- und Veräußerungsprogramme bestehen geeignete Projektmanagementstrukturen, um die effektive Umsetzung der Programme zu gewährleisten.
- Unser Projektreportingsystem stellt sicher, dass Fortschritte bei großen Projekten standardisiert erkannt werden können.
- Der Vorstand erhält regelmäßig Berichte über den Stand der wichtigsten Projekte, damit auftretende Themen umgehend gelöst oder gegebenenfalls die konzernweite Koordination verbessert werden kann.

- Vorzeitige Umsetzung der EU-Richtlinie 2014/95/EU, durch die sich strengere Vorschriften zur CSR-Berichterstattung ergeben.
- 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 Europas CO₂-effizienteste Airlines 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. Ein besonderer Schwerpunkt liegt hier auf dem nachhaltigen Tourismus, 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 materielle negative Auswirkungen auf die Nachfrage nach unseren Produkten und Dienstleistungen haben.

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 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.

BREXIT

Aufgrund der formalen Auslösung von Artikel 50 des EU-Vertrags von Lissabon durch die britische Regierung am 29. März 2017 ist der Austritt Großbritanniens aus der EU („Brexit“) zu einem aktiven Hauptrisiko für die TUI Group geworden. Der Brexit wirkt sich auf bestehende Hauptrisiken aus (z. B. gesamtwirtschaftliche Risiken und Inputkostenvolatilität aufgrund der mit dem EU-Austritt verbundenen größeren Unsicherheit in Bezug auf die Aussichten für künftige Wachstumsraten der britischen Wirtschaft und des nachhaltigen 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 neue Hauptrisiko-Kategorie.

Die wichtigste Frage für uns ist, ob unsere Airlines weiterhin im jetzigen Umfang Zugang zum EU-Luftraum haben werden. Wenn wir innereuropäische Routen nicht mehr fliegen könnten, beispielsweise von Deutschland nach Spanien, hätte dies signifikante operative und finanzielle Auswirkungen auf die TUI Group. Andere von Unsicherheit geprägte Bereiche umfassen den Status unserer britischen Mitarbeiter, die in der EU tätig sind, und umgekehrt, sowie die Möglichkeit, dass britische Gäste bei einem Urlaub in der EU ein Visum beantragen müssten.

Risikobegrenzende Faktoren

- Der Vorstand verpflichtet sich weiterhin, wichtige Initiativen zu unterstützen, um zu gewährleisten, dass alle bestehenden und künftigen IT-Systeme nach dem Prinzip „Secure by Design“ ausgestaltet werden, dass das Risiko einer Schadensanfälligkeit effektiv gesteuert wird, dass der Benutzerzugang ausreichend kontrolliert wird und dass die Mitarbeiter geeignete Schulungsmaßnahmen durchlaufen, um ihr Bewusstsein für IT-Sicherheitsrisiken zu schärfen.
 - Wir haben eine konzernweite Kampagne zur Sensibilisierung für IT-Sicherheit gestartet, um sichere Verhaltensweisen bei unseren Mitarbeitern zu fördern. Unser Ziel ist es, dafür zu sorgen, dass die Sicherheit von Daten in der Verantwortung jedes einzelnen liegt.
 - 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
-
- Die TUI Group hat einen Brexit-Lenkungsausschuss eingesetzt, der die Entwicklungen während der politischen Verhandlungen verfolgt, etwaige Auswirkungen auf das Geschäftsmodell der TUI Group einschätzen und geeignete Minimierungsstrategien entwickeln 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.

RISIKEN OHNE WIRKUNG AUF DAS BEREINIGTE EBITA**Abwertungsrisiko in Bezug auf die Beteiligung an der Containerschifffahrt (Hapag-Lloyd AG).**

Im abgelaufenen Geschäftsjahr veräußerte die TUI Group sämtliche Beteiligungen an der Containerschifffahrtsgesellschaft Hapag-Lloyd AG. Daher besteht dieses Risiko nicht mehr.

Deutsches Gewerbesteuerisiko. Wie in den Vorjahren dargestellt, haben die deutschen Steuerbehörden festgelegt, wie bestimmte Ausgaben für gewerbesteuerliche Zwecke zu behandeln sind. Die TUI Group teilt weiterhin nicht die Auffassung der Finanzverwaltung, sodass möglicherweise mit einem langwierigen finanzgerichtlichen Verfahren in Deutschland zu rechnen ist. Im abgelaufenen Geschäftsjahr gab es bei diesem Risiko keine Änderung. In der Bilanz zum 30. September 2017 wurde vor allem aufgrund von Zinseffekten die Rückstellung auf 50 Mio. € (Vorjahr 44 Mio. €) erhöht.

GESAMTAUSSAGE ZUR RISIKOSITUATION

Durch die formale Auslösung von Artikel 50 des EU-Vertrags von Lissabon durch die britische Regierung am 29. März 2017 ist der Ausstieg Großbritanniens aus der EU („Brexit“) zu einem aktiven Hauptrisiko für die TUI Group geworden. Der Brexit wirkt sich auf bestehende Hauptrisiken aus (z. B. gesamtwirtschaftliche Risiken und Inputkostenvolatilität aufgrund der dadurch entstehenden größeren Unsicherheit in Bezug auf die Aussichten über künftige Wachstumsraten der britischen Wirtschaft und des nachhaltigen 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 neue Hauptrisiko-Kategorie.

Die wichtigste Frage für uns ist, ob sämtliche Airlines unseres Konzerns weiterhin in unverändertem Umfang Zugang zum EU-Luftraum hätten. Weitere Unsicherheiten bestehen auch im Hinblick auf den Status unserer in der EU lebenden britischen Mitarbeiter und umgekehrt. Sollten wir innereuropäische Routen, beispielsweise von Deutschland nach Spanien, nicht mehr fliegen können, hätte dies signifikante operative und finanzielle Auswirkungen auf die TUI Group. Aus diesem Grund hat der Brexit anhand der auf Seite 33 detailliert erläuterten Kriterien für die Auswirkungen und die Eintrittswahrscheinlichkeit aktuell die höchste Risikoeinstufung erhalten. Wir erwarten, dass diese Risikoeinstufung im Laufe der Zeit entweder aufgrund einer Bestätigung unseres dauerhaften Zugangs zum EU-Luftraum im Zuge der politischen Verhandlungen oder aufgrund des Beginns der Umsetzung unserer Risikominderungsstrategien sinken wird.

Unserer Einschätzung zufolge bleiben die gesamtwirtschaftlichen Risiken gegenüber dem Vorjahr im Wesentlichen unverändert. Der Brexit und der Ausgang der britischen Unterhauswahlen im Juni sorgen weiterhin für ein gewisses Maß an Unsicherheit in Bezug auf künftige Wachstumsraten der britischen Wirtschaft. Der anhaltende Wertverlust des Britischen Pfund seit dem Brexit-Referendum in Großbritannien im vergangenen Jahr hat Auswirkungen auf unsere Kosten, da auf ausländische Währungen lautende Inputkosten für unser britisches Geschäft in Britische Pfund umgerechnet teurer werden. Während unser Quellmarkt Großbritannien dank unserer üblichen Absicherungspolitik vor dem

Brexit-Referendum bereits einen Großteil seines Bedarfs an ausländischen Währungen für das laufende Geschäftsjahr abgesichert hatte, führt der nicht abgesicherte Teil zu höheren Kosten, die sich in der zweiten Jahreshälfte auf unser britisches Geschäft auswirken werden. Unterstellt, dass sich das Britische Pfund nicht erholt, wird dies in der Sommersaison 2018 so bleiben. Es ist branchenüblich, die Reisepreise zum Ausgleich des Anstiegs der Inputkosten und zum Schutz der Margen anzuheben. Aufgrund des Wettbewerbsdrucks werden die Preise aber möglicherweise nicht in dem erforderlichen Maß angehoben werden können. Wir fokussieren uns weiterhin auf Effizienzsteigerungen, um dieser Entwicklung zu begegnen. Dennoch sehen wir ein im Vergleich zum Vorjahr gestiegenes Risiko aus der Inputkostenvolatilität.

Das andere Risiko, das aus unserer Sicht im Laufe des abgelaufenen Geschäftsjahres gestiegen ist, ist das Risiko hinsichtlich unserer IT-Sicherheit. Eines seiner wichtigsten Elemente ist die Cyber-Sicherheit aufgrund des weltweiten Anstiegs der Cyber-Kriminalität: Dies wurde durch Ereignisse wie den Wannacry-Angriff, der Gegenstand umfangreicher Medienberichterstattung war, unterstrichen. Um dieses zunehmende Risiko aufzugreifen, haben wir eine konzernweite Kampagne zur Sensibilisierung für IT-Sicherheit gestartet, um sichere Verhaltensweisen bei unseren Mitarbeitern zu fördern. Ziel ist es, zu verdeutlichen, dass IT-Sicherheit in der Verantwortung jedes Einzelnen liegt.

Die Störung des Geschäftsbetriebs in den Destinationen ist ein inhärentes Risiko, dem alle Anbieter von Urlaubs- und Reiseangeboten ausgesetzt sind. Diese Störungen können durch viele unterschiedliche Faktoren bedingt sein, wie beispielsweise durch Naturkatastrophen (z. B. die kürzlich erfolgten Hurrikans in der Karibik), Krankheitsausbrüche, soziale Unruhen, Terroranschläge sowie durch Auswirkungen von Kriegen in Ländern nahe unseren Quellmärkten und Zielgebieten. Allgemeine Sicherheitsbedenken unserer Kunden im Hinblick auf den östlichen Mittelmeerraum (insbesondere die Türkei) haben zu einem generellen Nachfragerückgang in allen Quellmärkten nach Reisen in diese Destinationen geführt, obwohl sich die Nachfrage im Vergleich zum Vorjahr wieder etwas verbessert hat. Dank unserer geographischen Reichweite sind wir imstande, unseren Kunden alternative Destinationen anzubieten, so beispielsweise Spanien, die Kanaren, die Kapverden usw. Trotz dieser anhaltenden Nachfrageverschiebung bleibt die Türkei eine wichtige Destination für unseren Konzern. Wir beachten weiterhin die Hinweise der Auswärtigen Ämter in allen Quellmärkten im Hinblick auf nicht notwendige Reisen in bestimmte Destinationen. Insgesamt ist dieses Risiko unserer Einschätzung zufolge im Vergleich zum Vorjahr im Wesentlichen unverändert geblieben.

Im Zuge unseres Rebranding-Programms erfolgten im abgelaufenen Geschäftsjahr weitere Markenwechsel in den Nordischen Ländern und in Belgien. Die bedeutende Markenmigration von Thomson zu TUI in Großbritannien und Irland ist mittlerweile im laufenden Geschäftsjahr weit fortgeschritten. Insgesamt ist dieses Risiko unserer Einschätzung nach im Laufe des Jahres zurückgegangen. Dank der Fortschritte bei unseren Nachhaltigkeitsinitiativen schätzen wir auch unser CRS-Risiko im Vergleich zum Vorjahr als rückläufig ein.

Zwei Risiken sind gegenüber dem Vorjahr in unserem Hauptrisikoinventar nicht mehr enthalten. Da wir die mit unserem Zusammenschluss verbundenen Synergieziele realisiert haben, ist das entsprechende Programm nun abgeschlossen. Daher erscheint das Corporate Streamlining-Risiko nicht mehr in unserem Risikoinventar. Wir haben auch die anfängliche Phase der Post Merger-Bedenken im Hinblick auf die Bindung wichtiger Fach- und Führungskräfte erfolgreich überwunden und haben mittlerweile standardisierte Prozesse für das Talentmanagement im Konzern eingeführt. Daher schätzen wir unser Talentmanagement-Risiko nun als ein „Business as Usual“-Risiko ein, das vom Group HR-Team überwacht wird.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat die TUI Group auch alle Beteiligungen an der Containerschiffahrtsgesellschaft Hapag-Lloyd AG veräußert, sodass das in Vorjahren beschriebene Wertminderungsrisiko nicht mehr besteht.

Der Vorstand sieht keine weiteren wesentlichen Veränderungen der Risikolandschaft im Konzern.

FORTBESTEHENSPROGNOSE (VIABILITY STATEMENT)

Gemäß der Vorschrift C2.2 des 2014 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 bereits im Abschnitt „Strategische Ausrichtung und Risikotoleranz“ skizziert ist. Die aktuelle Dreijahresplanung wurde im Oktober 2017 verabschiedet und erstreckt sich über Zeitraum bis zum 30. September 2020. Ein Dreijahreshorizont wird für ein schnelllebiges Wettbewerbsumfeld, wie der Tourismus es ist, als angemessen betrachtet. Es wird darauf hingewiesen, dass die aktuelle revolvingierende Kreditlinie des Konzerns über 1.535,0 Mio. € im Juli 2022 und somit erst nach Ablauf der Dreijahresplanung fällig wird. Die Fazilität wird genutzt, um die Saisonabhängigkeit des Cash Flow und der Liquidität 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 können, 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 erfüllen zu können.

Beschreibung der wesentlichen Merkmale des internen Kontroll- und des Risikomanagementsystems im Hinblick auf den (Konzern-)Rechnungslegungsprozess (§ 289 Abs. 5 und § 315 Abs. 2 Nr. 5 HGB)

1. BEGRIFFSBESTIMMUNGEN UND ELEMENTE DES INTERNEN KONTROLL- UND DES RISIKOMANAGEMENTSYSTEMS 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.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde die Weiterentwicklung des bestehenden internen Kontrollsystems im TUI Konzern in Anlehnung an das international anerkannte Rahmenwerk COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission), das die konzeptionelle Grundlage für das interne Kontrollsystem bildet, fortgesetzt.

Das interne Kontrollsystem der TUI Group besteht aus dem internen Steuerungs- und dem internen Überwachungssystem. Der Vorstand der TUI AG hat hierfür 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 Vier-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 Überwachung des Rechnungslegungsprozesses sowie die Wirksamkeit des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems erläutert

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 Rohstoffpreisrisiken beinhaltet, konzernweit auch die systematische Risikofrüherkennung, -steuerung und -überwachung. Weitere Erläuterungen zum Risikomanagementsystem werden im Abschnitt „Konzeptionelle Grundlagen des Risikomanagements“ 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. Sämtliche 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 Konzerngesell-

schaften 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 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 all-

gemeinen Bilanzierungsgrundsätzen und -methoden vor allem Regelungen zu Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Anhang, Lagebericht, Cash Flow-Rechnung und Segmentberichterstattung.

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

Auf Konzernebene umfassen die spezifischen Kontrollaktivitäten zur Sicherstellung der Ordnungsmäßigkeit und Verlässlichkeit der 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 2017 mit der Prognose

Im dritten Geschäftsjahr nach dem Merger hat sich die TUI Group trotz anspruchsvoller geopolitischer Rahmenbedingungen erneut besser entwickelt als in unserer ursprünglichen Prognose unterstellt. Das bereinigte EBITA der TUI Group verbesserte sich im Geschäftsjahr 2017 um 10,2 % auf 1.102,1 Mio. €. Auf Basis konstanter Wechselkurse für den Berichts- und Vorjahreszeitraum entspricht dies einer Verbesserung von 12,0 %. Damit konnten wir unsere kommunizierte Zielsetzung, im Geschäftsjahr 2017 auf Basis konstanter Wechselkurse des Geschäftsjahres 2016 eine Verbesserung des operativen Ergebnisses von mindestens 10 % zu erreichen, erfüllen.

Infolge der guten operativen Entwicklung und der geringeren saldierten Bereinigungen verbesserte sich auch das EBITA aus fortzuführenden Geschäftsbereichen des Konzerns um 14,3 % auf 1.026,5 Mio. €.

Ebenfalls stärker als erwartet entwickelte sich der Umsatz der TUI Group, der auf Basis konstanter Wechselkurse um 11,7 % im Vergleich zum Vorjahr anstieg. Die zahlungswirksamen Nettosach- und Finanzinvestitionen des Konzerns (ohne Anzahlungen auf Flugzeugbestellungen) lagen mit 0,9 Mrd. € leicht unter dem Zielwert von rund 1 Mrd. €. Die zum Ende des Geschäftsjahres 2017 ausgewiesene Nettoliquidität von 0,6 Mrd. € entwickelte sich unter Berücksichtigung der Mittelzuflüsse aus dem Verkauf von Travelopia und der restlichen Anteile an der Hapag-Lloyd AG besser als in unserer letzten Prognose unterstellt. Ursächlich hierfür war insbesondere eine positive Entwicklung des Working Capital im umsatzstarken vierten Quartal des Berichtsjahres.

Erwartete Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen

Erwartete Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts

Veränderung in %	2018	2017
Welt	3,7	3,6
Euro-Zone	1,9	2,1
Deutschland	1,8	2,0
Frankreich	1,8	1,6
Großbritannien	1,5	1,7
USA	2,3	2,2
Russland	1,6	1,8
Japan	0,7	1,5
China	6,5	6,8
Indien	7,4	6,7

Quelle: Internationaler Währungsfonds (IWF), World Economic Outlook, Oktober 2017

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE SITUATION

Der Wachstumstrend der Weltkonjunktur hat sich im Verlauf des Kalenderjahres 2017 weiter gefestigt und wird vorerst kräftig bleiben. Nach Schätzungen des Internationalen Währungsfonds (IWF, World Economic Outlook, Oktober 2017) wird für 2017 der Anstieg des Bruttoinlandsprodukts 3,6 % betragen. Für 2018 prognostiziert der IWF ein Wirtschaftswachstum von 3,7 %. Die Konjunktur ist seit längerer Zeit zum ersten Mal in fast allen großen Volkswirtschaften gleichzeitig aufwärts gerichtet, wird sich aber im Verlauf der nächsten beiden Jahre allmählich abschwächen.

MARKTENTWICKLUNG IN TOURISTIK

Die UNWTO geht davon aus, dass der internationale Tourismus in dieser Dekade weltweit weiterwachsen wird. Für die kommenden Jahre wird ein durchschnittliches gewogenes Wachstum von rund 3 % pro Jahr prognostiziert (Quelle: UNWTO, Tourism Highlights, 2017 Edition). In den ersten sechs Monaten 2017 haben die internationalen Ankünfte um 6,4 % zugenommen, für das gesamte Kalenderjahr 2017 rechnet die UNWTO mit einem Wachstum von 3 % bis 4 % (Quelle: UNWTO, World Tourism Barometer, August 2017).

AUSWIRKUNGEN AUF DEN TUI KONZERN

Die TUI Group ist als Weltmarktführer in der Touristik abhängig von der Entwicklung der Konsumnachfrage in den großen Quellmärkten, in denen

wir mit unseren Vertriebs- und Marketingorganisationen sowie unseren Hotel- und Kreuzfahrtmarken 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 2018 unterstellte Umsatzwachstum unserer Quellmärkte liegt im Rahmen der langfristigen Prognose der UNWTO. Unser strategischer Fokus liegt auf der Vereinheitlichung unseres Markenauftritts in den Quellmärkten, der Erweiterung unseres eigenen Hotelportfolios sowie dem Ausbau unseres Kreuzfahrtgeschäfts.

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 der TUI Konzern 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 2018 basieren auf der Annahme konstanter Wechselkurse des abgelaufenen Geschäftsjahres 2017.

Erwartete Entwicklung von Umsatz, bereinigtem EBITA und Bereinigungen des Konzerns

Mio. €	Erwartete Veränd. ggü. VJ	
	2017	2018*
Umsatz	18.535	in etwa 3 % Anstieg
Bereinigtes EBITA	1.102	mind. 10 % Anstieg
Bereinigungen	76	rund 80 Mio. € Kosten

*Steigerung gegenüber Vorjahr in Prozent auf Basis konstanter Wechselkurse und der aktuellen Konzernstruktur; die Prognose bezieht sich auf die fortzuführenden Geschäftsbereiche.

UMSATZ

Für das Geschäftsjahr 2018 erwarten wir auf Basis konstanter Wechselkurse eine Steigerung des Umsatzes von rund 3 %, ohne Berücksichtigung des möglichen Ausgleichs einer währungsbedingten Kosteninflation.

BEREINIGTES EBITA

Das bereinigte EBITA im Geschäftsjahr 2018 des TUI Konzerns soll auf Basis konstanter Wechselkurse durch die Umsetzung unserer Wachstumsstrategie um mindestens 10 % ansteigen. Risiken bestehen in der Entwicklung der Gästezahlen vor dem Hintergrund vielfältiger gesellschaftlicher und politischer Einflüsse, die das Buchungsverhalten unserer Kunden beeinträchtigen sowie der Nachfrage nach unseren eigenen Hotels und Kreuzfahrtschiffen.

➔ Details zu Geschäftsmodell und Strategien siehe ab Seite 20;
Details zu Risiken siehe im Risikobericht ab Seite 30

BEREINIGUNGEN

Für das kommende Geschäftsjahr 2018 rechnen wir mit Kaufpreisallokationen und saldierten Einmalkosten in Höhe von rund 80 Mio. €, die im Ergebnisausweis zu bereinigen sind.

ROIC UND WERTBEITRAG

Durch das verbesserte operative Ergebnis rechnen wir im Geschäftsjahr 2018 mit einer leichten Verbesserung des ROIC, die in Abhängigkeit von der Entwicklung der Kapitalkosten des TUI Konzerns auch zu einem Anstieg des Wertbeitrags führen soll.

Entwicklung in den Segmenten im Geschäftsjahr 2018

Die unten beschriebene Erwartung basiert auf der aktuellen Buchungslage, unserer Wachstumsstrategie und der relativen Geschäftsentwicklung unserer Segmente im Geschäftsjahr 2017. 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 Terrorismus. Auch wenn sich derartige Ereignisse auf den Mix der Segmentergebnisse gegenüber dem nachstehenden Ausblick auswirken können, sind wir aus unserer Sicht dank unseres diversifizierten Portfolios an Märkten und Destinationen dennoch weiterhin gut positioniert, um einen Zuwachs von mindestens 10 % beim bereinigten EBITA der gesamten TUI Group zu erzielen (auf Basis konstanter Wechselkurse und der aktuellen Konzernstruktur).

HOTELS & RESORTS

Auf der Basis unserer Erwartungen im Hinblick auf die Entwicklung unseres Hotelportfolios (einschließlich der Eröffnung neuer Hotels im kommenden Geschäftsjahr und der ganzjährigen Einbeziehung der Gewinne von Hotels, die im Geschäftsjahr 2017 eröffnet wurden) sowie der anhaltend starken Geschäftsentwicklung unseres bestehenden Hotelportfolios erwarten wir einen Zuwachs beim bereinigten EBITA von mehr als 10 % im Geschäftsjahr 2018.

KREUZFAHRTEN

Auf der Basis der für das Geschäftsjahr 2018 geplanten Indienstellung von zwei Kreuzfahrtschiffen bei TUI Cruises und Marella Cruises und der anhaltend starken Geschäftsentwicklung der bestehenden Flotte erwarten wir einen Zuwachs beim bereinigten EBITA von mehr als 10 %.

QUELLMÄRKTE

In unseren Quellmärkten haben wir starke, marktführende Positionen und erwarten für das Geschäftsjahr 2018 ein gutes Portfolioergebnis infolge der Kombination eines anhaltenden (marktgetriebenen) Umsatzwachstums und operativer Effizienz. Auf der Basis dieser Faktoren und der Buchungslage erwarten wir daher, dass das Ergebnis der Quellmärkte im Wesentlichen im Einklang mit der Ergebnisprognose für das bereinigte operative Ergebnis des Konzerns liegen wird.

Erwartete Entwicklung der Finanzlage

Erwartete Entwicklung der Finanzlage des Konzerns

Mio. €	erwartete Veränderung ggü. VJ	
	2017	2018
Finanzmittelbedarf für		
Nettosach- und Finanzinvestitionen	1.071,9	rund 1,2 Mrd. €
Nettoliquidität/Nettoverschuldung	583,0	leicht negativ

NETTOSACH- UND FINANZINVESTITIONEN

Aufgrund bereits getroffener Investitionsentscheidungen und geplanter Projekte erwarten wir im TUI Konzern für das Geschäftsjahr 2018 daraus einen Nettofinanzmittelbedarf in Höhe von rund 1,2 Mrd. €. Dies beinhaltet Anzahlungen auf Flugzeugbestellungen und Erlöse aus dem Verkauf von Vermögensgegenständen. Die Investitionen in Sachanlagen betreffen insbesondere die Einführung neuer Produktions- und Buchungssysteme im Vertrieb & Marketing, die Erhaltung und Erweiterung des Hotelportfolios und den Erwerb eines Kreuzfahrtschiffs.

NETTOFINANZPOSITION

Die Nettoliquidität des Konzerns belief sich am Bilanzstichtag auf 583,0 Mio. €. Aufgrund der geplanten höheren Nettoinvestitionen gehen wir für das Ende des Geschäftsjahres 2018 von einer leichten Nettoverschuldung des Konzerns aus.

Nachhaltige Entwicklung

KLIMASCHUTZ UND EMISSIONEN

Treibhausgasemissionen und ihr Einfluss auf den Klimawandel sind eine der größten globalen Herausforderungen für die Tourismusindustrie. Wir haben uns in unserer im September 2015 veröffentlichten Nachhaltigkeitsstrategie „Better Holidays, Better World“ u. a. das Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2020 die emissionseffizienteste Airlineflotte Europas zu betreiben und diese Spitzenposition zu verteidigen. Der spezifische CO₂-Ausstoß (in g CO₂/PKM) 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 2018 beurteilen wir zum Zeitpunkt der Erstellung des Lageberichts (11. Dezember 2017) 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 2018 lag die Geschäftsentwicklung im Rahmen unserer Erwartungen.

Gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum erwarten wir im Konzern infolge der verbesserten operativen Geschäftsentwicklung in den Segmenten auf Basis stabiler Wechselkurse eine Verbesserung des bereinigten Ergebnisses der TUI Group um mindestens 10 % gegenüber dem Niveau des Vorjahres.

Vor dem Hintergrund unserer Wachstumsstrategie haben wir unseren mittelfristigen Ausblick aktualisiert und wollen in den nächsten drei Geschäftsjahren bis 2020 einen durchschnittlichen Zuwachs unseres bereinigten EBITA um mindestens 10 % jährlich erzielen. Unsere langfristige Zielgröße für die Bruttoinvestitionen der TUI Group liegt weiterhin bei 3 bis 3,5 % des Konzernumsatzes.

Prognose für die TUI AG

Die zukünftige Geschäftsentwicklung der TUI AG unterliegt im Wesentlichen den gleichen Einflüssen wie die der TUI Group. Aufgrund der Verflechtungen zwischen der TUI AG und ihren Konzerngesellschaften spiegeln der dargestellte Ausblick, die Chancen sowie die Risiken für die TUI Group 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 des TUI Konzerns 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 Quellmärkte sowie der Segmente Hotels & Resorts und Kreuzfahrten. Marktszenarien und kritische Erfolgsfaktoren der einzelnen Sparten werden im Rahmen des konzernweiten Planungs- und Steuerungsprozesses analysiert und bewertet. Kernaufgabe des TUI Group Vorstands ist es, das profitable Wachstum des TUI Konzerns durch die Optimierung des Beteiligungsportfolios und die Weiterentwicklung der Konzernstruktur nachhaltig abzusichern.

Der TUI Konzern ist insgesamt gut aufgestellt für das Nutzen von Chancen, die aus den wesentlichen Trends in seinen 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 den TUI Konzern und seine Sparten auswirken. Daneben könnten sich aus einem veränderten Wettbewerbsumfeld in einzelnen Märkten Chancen für den TUI Konzern ergeben.

UNTERNEHMENSSTRATEGISCHE CHANCEN

Chancen für weiteres organisches Wachstum sehen wir insbesondere im weiteren Ausbau unseres Hotelportfolios und unseres Kreuzfahrtgeschäfts. Daneben wollen wir als Marktführer langfristig von dem demographischen 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, wollen wir unsere Wettbewerbsposition weiter verbessern.

WIRTSCHAFTSBERICHT

Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts

Veränderung in %	2017	2016
Welt	3,6	3,2
Euro-Zone	2,1	1,8
Deutschland	2,0	1,9
Frankreich	1,6	1,2
Großbritannien	1,7	1,8
USA	2,2	1,5
Russland	1,8	-0,2
Japan	1,5	1,0
China	6,8	6,7
Indien	6,7	7,1

Quelle: Internationaler Währungsfonds (IWF), World Economic Outlook, Oktober 2017

Im Kalenderjahr 2017 verstärkte sich der Aufwärtstrend der Weltwirtschaft. Die Zunahme der Weltproduktion wird gemäß der Prognose des Internationalen Währungsfonds (IWF, World Economic Outlook, Oktober 2017) in diesem Jahr mit einem Plus von 3,6% höher ausfallen als im Vorjahr. In den fortgeschrittenen Volkswirtschaften blieb die Expansion weiterhin kräftig, darüber hinaus deuten die Indikatoren auf eine anhaltende positive Grundtendenz hin. Im Euro-Raum hat der Aufschwung an Fahrt gewonnen: Die zunehmende Beschäftigung, steigende Auftragseingänge und die gute Stimmung bei den Unternehmen lassen auf eine weiterhin intakte Dynamik schließen.

Entwicklung wesentlicher Wechselkurse und Rohstoffpreise

Wechselkurs US-Dollar



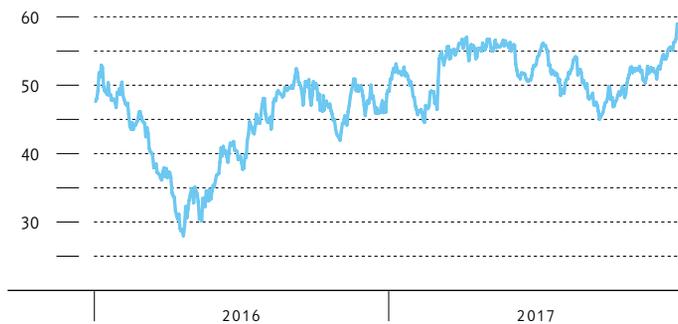
Wechselkurs Britisches Pfund



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 die Währungsschwankungen fort, die sich auf die Umrechnung der Ergebnisse unseres Geschäfts in Großbritannien auswirken.

Der durchschnittliche Umrechnungskurs des Britischen Pfund büßte gegenüber dem Euro unterjährig deutlich an Wert ein und notierte zum 30. September 2017 mit 0,88 £/€ in etwa wieder auf dem Niveau des Geschäftsjahresbeginns. Der Jahresdurchschnittskurs des US-Dollar im Vergleich zum Euro sank im Geschäftsjahr 2017 von 1,12 \$/€ um rund 5,4% auf 1,18 \$/€. 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 2017 bei 57,54 \$ pro Barrel und stieg damit im Verlauf des Geschäftsjahres um rund 13,1% an.

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 ab Seite 66, Risikobericht ab Seite 30 und Abschnitt Finanzinstrumente im Anhang auf Seite 209

Markt- und Wettbewerbsumfeld in der Touristik

Seit dem Zusammenschluss der TUI AG mit der TUI Travel PLC im Dezember 2014 ist die TUI Group Weltmarktführer 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. Die wichtigsten Kenngrößen zur Messung der Größe des Touristikmarkts sind die Zahl internationaler Ankünfte und die internationalen Einnahmen in der Touristik. 2016 beliefen sich die Einnahmen durch internationale Touristen auf rund 1.220 Mrd. \$, die internationalen Ankünfte auf 1,24 Mrd. Damit bleibt die Touristik weiterhin eine der wichtigsten Branchen der Weltwirtschaft, die in den vergangenen fünf Jahren schneller als der Welthandel gewachsen ist. Seit über sechs Jahrzehnten wächst die Tourismusbranche. Auch durch ihre kontinuierliche Diversifikation ist unsere Branche einer der größten und am schnellsten wachsenden Wirtschaftssektoren weltweit. Es wird erwartet, dass die Zahl internationaler Ankünfte von Touristen von 2010 bis 2030 um rund 3% jährlich steigen und sich bis 2030 auf 1,8 Mrd. pro Jahr belaufen wird (UNWTO, Tourism Highlights, Edition 2017).

Veränderung internationale touristische Ankünfte gegenüber Vorjahr

Veränderung in %	2017*	2016
Welt	+6,4	+3,9
Europa	+7,7	+2,1
Asien und Pazifikraum	+5,7	+8,6
Amerika	+3,0	+3,6
Afrika	+7,6	+8,0
Mittlerer Osten	+8,9	-3,4

Quelle: UNWTO, World Tourism Barometer, August 2017
* Zeitraum Januar bis Juni.

In der ersten Kalenderjahreshälfte 2017 setzte sich der Wachstumstrend weiter fort, der Anstieg der internationalen touristischen Ankünfte weltweit betrug in diesem Zeitraum 6,4%, der höchste Anstieg im ersten Halbjahr seit sieben Jahren. Freizeit-, Erholungs- und Urlaubsreisen machen dabei in der Regel gut die Hälfte aller internationalen Ankünfte aus (UNWTO, Tourism Highlights, Edition 2017).

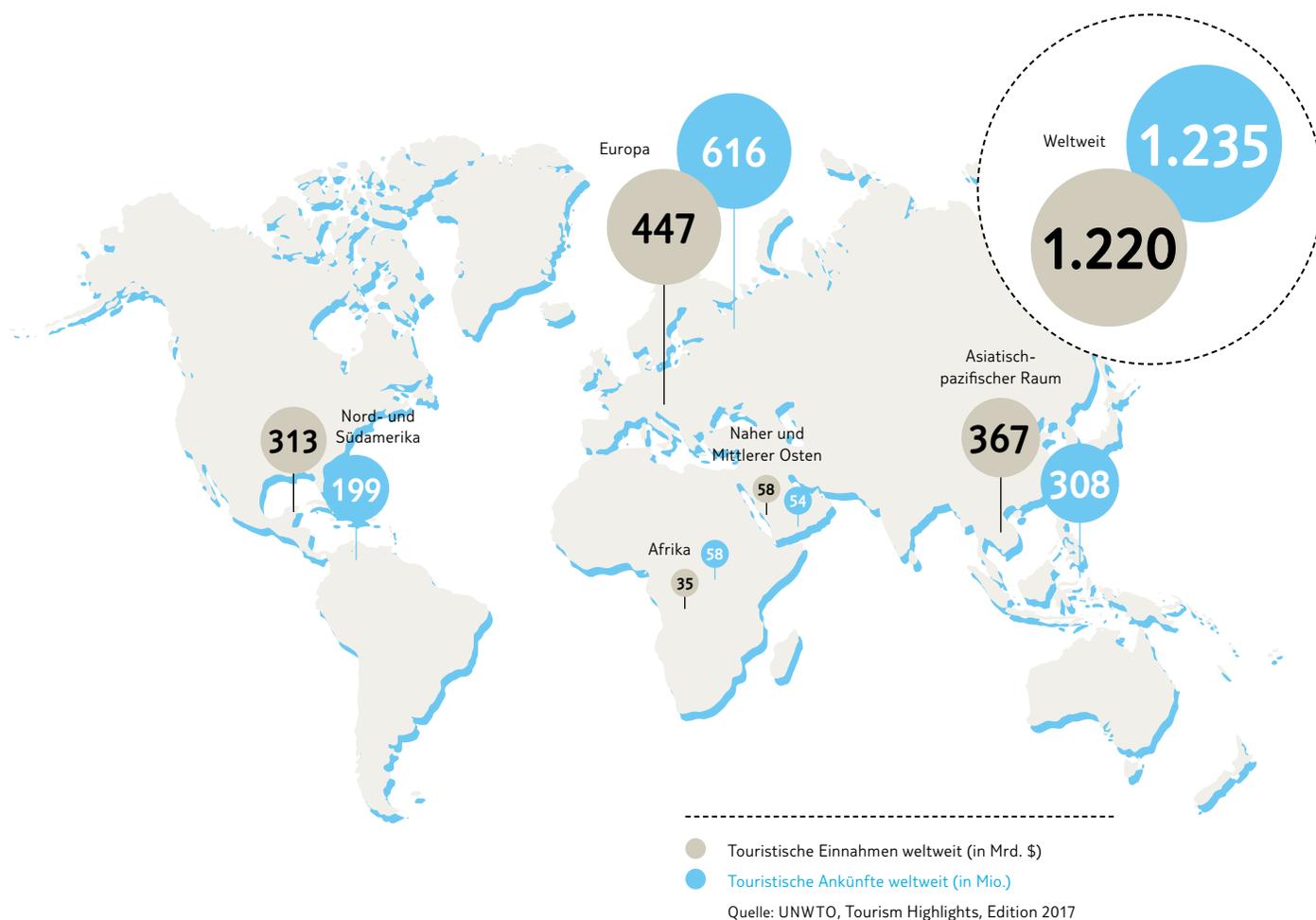
Mit einem Plus von insgesamt 6,3% folgten die Gästezahlen der TUI Group diesem Wachstumstrend im Geschäftsjahr 2017, Zuwächse verzeichneten dabei alle Quellmärkte.

→ Geschäftsverlauf in den Quellmärkten siehe Seite 61

Europa blieb der größte und am weitesten entwickelte Touristikmarkt der Welt. 2016 entfielen 49,9% aller internationalen Ankünfte und 36,7% der Touristikeinnahmen auf Europa. Mit Frankreich, Spanien, Italien, Großbritannien und Deutschland zählten 2016 fünf europäische Länder

zu den zehn führenden weltweiten Destinationen in der Touristik. Gemessen an den internationalen Touristikausgaben gehörten mit Deutschland, Großbritannien und Frankreich drei unserer wichtigsten Quellmärkte zu den weltweit führenden fünf Quellmärkten.

Internationale touristische Ankünfte und Einnahmen



Mit internationalen Touristikausgaben von etwa 79,8 Mrd. \$ in 2016 ist Deutschland weiterhin der drittgrößte Quellmarkt der Welt nach China (261,1 Mrd. \$) und den USA (123,6 Mrd. \$). Gemessen an den Pro-Kopf-Ausgaben rangiert Deutschland weltweit auf dem vierten Platz mit Ausgaben von etwa 946 \$ in 2016 (Quelle: UNWTO, Tourism Highlights, Ausgabe 2017). Die Hauptakteure im deutschen Touristikmarkt sind TUI Deutschland, Thomas Cook, DER Touristik, FTI und Aida Cruises (FVW, Dossier, Deutsche Veranstalter, Dezember 2016).

Großbritannien ist der viertgrößte Quellmarkt der Welt. Hier wurden 2016 etwa 63,6 Mrd. \$ für Touristik ausgegeben. Die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben lagen in diesem Zeitraum bei 970 \$ (UNWTO, Tourism Highlights, Edition 2017). Der britische Touristikmarkt ist durch einen hohen Konzentrationsgrad mit zwei Hauptakteuren gekennzeichnet: TUI Group und Thomas Cook.

Frankreich war in 2016 der fünftgrößte Quellmarkt mit internationalen Touristikausgaben von etwa 40,5 Mrd. \$ (Quelle: UNWTO, Tourism Highlights, Edition 2017). Nach dem Erwerb von Transat France ist TUI

mit den Cluburlaubsmarken Club Marmara und Club Lookea sowie den Veranstaltermarken Circuits Nouvelles Frontieres und Vacances Transat Marktführer im französischen Touristikmarkt. Durch den Zusammenschluss mit Transat stellt sich TUI France profitabel auf. Der in der Vergangenheit stark fragmentierte französische Markt hat sich im Verlauf des Geschäftsjahres weiter konsolidiert. Durch den steigenden Bekanntheitsgrad der Marke TUI soll TUI France ihre Marktposition weiter ausbauen. Frankreich war in 2016 trotz eines Rückgangs der internationalen Ankünfte um 2,2 % gegenüber dem Vorjahr mit 82,6 Mio. touristischen Ankünften wieder der größte Zielmarkt weltweit.

HOTELMARKT

Der gesamte Hotelmarkt für Geschäfts- und Privatreisen weltweit belief sich in 2016 auf 470 Mrd. € zu festen Wechselkursen. Von 2016 bis 2022 wird ein durchschnittlicher jährlicher Zuwachs (CAGR) von 2,8 % auf Basis konstanter Preise von 2017 erwartet (Euromonitor International Travel 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 Europa in mehrere kleinere Teilmärkte, die auf die individuellen Bedürfnisse und Wünsche der Gäste zugeschnitten sind. Diese Teilmärkte umfassen Premium-, Komfort und Budgethotels sowie Familien-/Apartmenthotels und Club- oder Resorthotels. Hotelgesellschaften können in verschiedenen Marktsegmenten unterschiedliche Hotels bieten, weil sie sich häufig über das jeweilige Preissegment, die Sternebewertung, Exklusivität oder Ausstattung definieren.

Grundsätzlich lassen sich in der Hotellerie folgende Betriebsmodelle unterscheiden: Eigentümer der Vermögenswerte, deren Hauptgeschäft in dem Besitz von Immobilien besteht, Inhaber von Marken und Betreiber, die typischerweise Hotels selbst managen oder Franchise-Vereinbarungen mit unabhängigen Betreibern abschließen, die wiederum die Hotelimmobilie managen, sowie unabhängige Betreiber, die die Aufgaben der Besitzer, Markeninhaber und Betreiber kombinieren, indem sie verschiedene Hotels unter unterschiedlichen Marken, häufig im Rahmen von Franchise-Vereinbarungen, managen.

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.

KREUZFABRTMARKT

Die globale Kreuzfahrtbranche hat nach Schätzungen in 2016 Umsätze in Höhe von etwa 39,6 Mrd. \$ erzielt (Cruise Market Watch Website,

www.cruisemarketwatch.com/market-share, September 2016). Insgesamt machten im Kalenderjahr 2016 weltweit geschätzt 24,7 Mio. Gäste eine Hochseekreuzfahrt. Für 2017 werden 25,8 Mio. Kreuzfahrtgäste erwartet (CLIA, Year in Review 2016, CLIA, Cruises Industry Outlook 2017). Der nordamerikanische Markt ist bei weitem der größte und am weitesten entwickelte Markt für Kreuzfahrten weltweit mit einer hohen Penetrationsrate mit einem Anteil der Kreuzfahrtpassagiere an der Gesamtbevölkerung von 3,6 % in 2016 (Cruise Industry Source Market Report, CLIA 2016).

Die Kreuzfahrtmärkte Europas wiesen in 2016 insgesamt etwa 6,7 Mio. Kreuzfahrtpassagiere und zwischen den Ländern schwankende, aber insgesamt deutlich niedrigere Penetrationsraten auf (Mintel, Cruises – International, Juni 2016; CLIA 2016 Statistics & Markets Europe, März 2017). In 2015 ist der weltweite Kreuzfahrtmarkt um rund 2,4 % gewachsen.

Deutschland, Großbritannien und Irland sowie Frankreich zählen zu den fünf größten Kreuzfahrtmärkten Europas (CLIA Statistics & Markets Europe, März 2017). Deutschland ist der größte Kreuzfahrtmarkt in Europa. 2016 lag hier das Passagieraufkommen bei 2,0 Mio. Damit weist Deutschland ein durchschnittliches Wachstum der Passagierzahlen von 8,3 % für die Jahre 2011 bis 2015 auf. Die Penetrationsrate lag 2016 bei 2,5 % und war damit niedriger als in Großbritannien und Irland. Großbritannien und Irland sind der zweitgrößte Kreuzfahrtmarkt in Europa. 2016 belief sich die Zahl der Kreuzfahrtpassagiere auf etwa 1,9 Mio. Damit ist dieser Markt um durchschnittlich 2,1 % in den Jahren von 2011 bis 2015 gewachsen. Die Penetrationsrate ist hier europaweit am höchsten: 2016 nahmen 3,0 % der britischen Gesamtbevölkerung an einer Kreuzfahrt teil (Mintel, Cruises – International, Juni 2016; Cruise Industry Source Market Report, CLIA 2016).

Der europäische Kreuzfahrtmarkt teilt sich in Teilmärkte auf, die eine Vielzahl unterschiedlicher Kundensegmente bedienen: die Segmente Budget, Discovery/Expedition, Premium und Luxus. Kreuzfahrtgesellschaften nutzen verschiedene Formate, um diese Teilmärkte und die speziellen Bedürfnisse ihrer Kunden zu bedienen. Abgesehen von traditionellen Formaten bieten die Gesellschaften auch Clubschiffkreuzfahrten oder stärker zeitgemäß orientierte Kreuzfahrten im Premiumsegment an. Da ein Kreuzfahrtschiff häufig als eine eigene Destination betrachtet wird, konkurrieren die Kreuzfahrtgesellschaften insbesondere im Luxus- und Premiumsegment mit anderen Destinationen wie führenden Hotels und Resorts.

Marke

STARKE KERNMARKE TUI

Unsere Marke mit dem „Smile“ – dem lächelnden Logo, das sich aus den drei Buchstaben des Markennamens TUI formt – steht für ein durchgängiges Kundenerlebnis, digitale Präsenz und Wettbewerbsstärke. In 2017 zählten TUI und die bisherige lokale Marke Thomson in Großbritannien zu den bekanntesten Reisemarken in den europäischen Kernländern mit einer Markenbekanntheit von nahezu 90%. Der rote TUI „Smile“ dient als eindeutiges Wiedererkennungsmerkmal und spielt in fast allen Märkten in der Champions League globaler Marken.

Um die Strahlkraft und Stärke unserer Kernmarke noch besser zu nutzen und das damit verbundene Wachstumspotenzial auszuschöpfen, wollen wir einen weltweiten Markenauftritt und ein durchgängiges Markenerlebnis schaffen. Dazu wird unsere Kernmarke TUI in unseren europäischen Quellmärkten ausgerollt, um die dortigen großen Veranstaltermarken zu ersetzen. Nach der erfolgreichen Einführung der Marke TUI in den Niederlanden in 2016 wurden in 2017 in Belgien und den Nordischen Ländern die lokalen Marken durch die Marke TUI abgelöst. Auch dort hat sich TUI innerhalb kürzester Zeit zu einer der stärksten Reisemarken hinsichtlich Markenbekanntheit und Präferenz entwickelt. Weiterhin erfolgte im Geschäftsjahr 2017 die Einführung der Marke TUI in Frankreich. Die Markenmigration in Großbritannien folgte im Oktober 2017.

In Deutschland wurde die Marke TUI, unter der seit über 45 Jahren Reisen angeboten werden, in einer 2017 durchgeführten Umfrage erneut als die Reisemarke in Deutschland eingestuft, der am meisten Vertrauen entgegengebracht wird (Quelle: Reader's Digest Trusted Brands 2017).

Veränderung rechtlicher Rahmenbedingungen

Im Geschäftsjahr 2017 gab es keine Veränderung rechtlicher Rahmenbedingungen mit wesentlichen Auswirkungen auf die geschäftliche Entwicklung der TUI Group.

Ertragslage des Konzerns

Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Die Ertragslage der TUI Group hat sich im Geschäftsjahr 2017 deutlich positiv entwickelt. Das operative Ergebnis (bereinigtes EBITA) der fortzuführenden Geschäftsbereiche der TUI Group verbesserte sich im

Berichtsjahr um 10,2 % auf 1.102,1 Mio. €. Auf Basis konstanter Wechselkurse entsprach dies einer Verbesserung um 12,0 % im Vergleich zum Vorjahr. Dieser Anstieg war insbesondere auf die anhaltend gute operative Geschäftsentwicklung in den Segmenten Hotels & Resorts und Kreuzfahrten zurückzuführen.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der TUI AG für die Zeit vom 1.10.2016 bis 30.9.2017

Mio. €	2017	2016	Veränderung in %
Umsatzerlöse	18.535,0	17.153,9	+8,1
Umsatzkosten	16.535,5	15.247,4	+8,4
Bruttogewinn	1.999,5	1.906,5	+4,9
Verwaltungsaufwendungen	1.255,8	1.216,9	+3,2
Sonstige Erträge	12,5	36,3	-65,6
Andere Aufwendungen	1,9	7,4	-74,3
Finanzerträge	229,3	58,5	+292,0
Finanzaufwendungen	156,2	345,9	-54,8
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen	252,3	187,2	+34,8
Ergebnis vor Ertragsteuern	1.079,7	618,3	+74,6
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	168,8	153,4	+10,0
Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	910,9	464,9	+95,9
Ergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-149,5	687,3	n. a.
Konzerngewinn	761,4	1.152,2	-33,9
Anteil der Aktionäre der TUI AG am Konzerngewinn	644,8	1.037,4	-37,8
Anteil nicht beherrschender Gesellschafter am Konzerngewinn	116,6	114,8	+1,6

Umsatzerlöse und -kosten

Umsatz

Mio. €	2017	2016 geändert	Veränderung in %
Hotels & Resorts	679,0	618,6	+9,8
Kreuzfahrten	815,0	703,1	+15,9
Quellmärkte	16.143,2	14.997,2	+7,6
Region Nord	6.601,5	6.564,4	+0,6
Region Zentral	6.039,5	5.562,9	+8,6
Region West	3.502,2	2.869,9	+22,0
Übrige Touristik	677,0	669,3	+1,2
Touristik	18.314,2	16.988,2	+7,8
Alle übrigen Segmente	220,8	165,7	+33,3
TUI Group	18.535,0	17.153,9	+8,1
TUI Group zu konstanten Wechselkursen	19.156,5	17.153,9	+11,7
Aufgegebene Geschäftsbereiche	829,0	2.321,6	-64,3
Summe der Segmente	19.364,0	19.475,5	-0,6

Der Umsatz des TUI Konzerns nahm im Geschäftsjahr 2017 um 8,1% auf 18,5 Mrd. € zu. Bereinigt um Währungseffekte nahm der Umsatz bei um 6,3% über dem Vorjahreswert liegenden Gästezahlen der Quellmärkte um 11,7% zu. Den Umsatzerlösen werden in der Gewinn- und Verlustrechnung die Umsatzkosten gegenübergestellt, die sich im Berichtsjahr um 8,4% erhöhten.

BRUTTOGEWINN

Der Bruttogewinn als Saldogröße aus Umsatzerlösen und -kosten verbesserte sich im Geschäftsjahr 2017 um 4,9% auf rund 2,0 Mrd. €.

VERWALTUNGSaufWENDUNGEN

Die Verwaltungsaufwendungen erhöhten sich um 38,9 Mio. € gegenüber dem Wert des Vorjahres auf 1.255,8 Mio. €.

FINANZERGEBNIS

Das Finanzergebnis verbesserte sich um 360,5 Mio. € auf 73,1 Mio. €. Ursächlich hierfür war im Wesentlichen der im Berichtsjahr erzielte Gewinn 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 252,3 Mio. €, der

deutliche Anstieg um 65,1 Mio. € resultierte u.a. aus der operativen Verbesserung der Riu Hotels sowie dem höheren Ergebnisbeitrag von TUI Cruises.

ERGEBNIS AUS FORTZUFÜHRENDEN GESCHÄFTSBEREICHEN

Das Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen verbesserte sich in 2017 um 446,0 Mio. € auf 910,9 Mio. €.

ERGEBNIS AUS AUFGEgebenEM GESCHÄFTSBEREICH

Das Ergebnis aus aufgegebenem Geschäftsbereich zeigt das Ergebnis nach Steuern der als aufgebener Geschäftsbereich klassifizierten Travelopia bis zu deren Verkauf. Im Vorjahr war hier insbesondere auch der Abgangsgewinn aus dem Verkauf der Hotelbeds Group enthalten.

KONZERNGEWINN

Der Konzerngewinn verminderte sich in 2017 um 390,8 Mio. € auf 761,4 Mio. €.

ANTEIL DER AKTIONÄRE DER TUI AG AM KONZERNGEWINN

Der auf die Aktionäre der TUI AG entfallende Anteil am Konzerngewinn verringerte sich von 1.037,4 Mio. € im Vorjahr auf 644,8 Mio. € im Geschäftsjahr 2017. Der Rückgang ist bei einer guten operativen Entwicklung des Konzerns auf das im Vorjahr enthaltene Abgangsergebnis aus dem Verkauf der Hotelbeds Group zurückzuführen.

ANTEIL NICHT BEHERRSCHENDER GESELLSCHAFTER AM KONZERNERGEBNIS

Der Anteil nicht beherrschender Gesellschafter am Konzernergebnis betrug im Berichtsjahr 116,6 Mio. €. Er betraf vornehmlich die RIUSA II Gruppe.

ERGEBNIS JE AKTIE

Die Aktionäre der TUI AG hatten nach Abzug der Minderheitsanteile in 2017 einen Anteil von 644,8 Mio. € (Vorjahr 1.037,4 Mio. €) am Konzernergebnis. Dadurch ergab sich ein unverwässertes Ergebnis je Aktie für das Geschäftsjahr 2017 von 1,10 € (Vorjahr 1,78 €).

EBITA, bereinigtes EBITA und bereinigtes Ergebnis je Aktie

Wesentliche Kennzahlen für die Steuerung der TUI Group sind das EBITA und das bereinigte EBITA. Wir halten die Ergebniskennzahl EBITA für die am besten geeignete Steuerungsgröße zur Erklärung der operativen Geschäftsentwicklung der TUI Group. EBITA definieren wir als Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und Aufwendungen aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten sowie Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte.

Überleitung auf bereinigtes EBITA

Mio. €	2017	2016	Veränderung in %
Ergebnis vor Ertragsteuern	1.079,7	618,3	+74,6
Abzüglich Gewinn aus der Veräußerung des Engagements in der Containerschifffahrt	-172,4	-	n.a.
Zuzüglich Verlusten aus der Bewertung des Engagements in der Containerschifffahrt	-	100,3	n.a.
Zuzüglich Nettozinsbelastung und Aufwand aus der Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten	119,2	179,5	-33,6
EBITA	1.026,5	898,1	+14,3
Bereinigungen:			
abzüglich Abgangsgewinnen	-2,2	0,8	n.a.
zuzüglich Restrukturierungsaufwand	23,1	12,0	+92,5
zuzüglich Aufwand aus Kaufpreisallokation	29,2	41,9	-30,3
zuzüglich Aufwand aus Einzelsachverhalten	25,5	47,7	-46,5
Bereinigtes EBITA	1.102,1	1.000,5	+10,2

Das berichtete Ergebnis (EBITA) der TUI Group stieg aufgrund des guten operativen Geschäftsverlaufs im Geschäftsjahr 2017 um 128,4 Mio. € auf 1.026,5 Mio. € an.

EBITA

Mio. €	2017	2016	Veränderung in %
Hotels & Resorts	353,7	301,5	+17,3
Kreuzfahrten	255,6	190,9	+33,9
Quellmärkte	456,3	498,8	-8,5
Region Nord	309,6	362,7	-14,6
Region Zentral	67,3	64,0	+5,2
Region West	79,4	72,1	+10,1
Übrige Touristik	15,7	-2,9	n.a.
Touristik	1.081,3	988,3	+9,4
Alle übrigen Segmente	-54,8	-90,2	+39,2
TUI Group	1.026,5	898,1	+14,3
Aufgegebene Geschäftsbereiche	-22,1	14,7	n.a.
Summe der Segmente	1.004,4	912,8	+10,0

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 Auf-

wendungen 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 2017 um 101,6 Mio. € auf 1.102,1 Mio. €.

Bereinigtes EBITA

Mio. €	2017	2016	Veränderung in %
Hotels & Resorts	356,5	303,8	+17,3
Kreuzfahrten	255,6	190,9	+33,9
Quellmärkte	526,5	554,3	-5,0
Region Nord	345,8	383,1	-9,7
Region Zentral	71,5	85,1	-16,0
Region West	109,2	86,1	+26,8
Übrige Touristik	13,4	7,9	+69,6
Touristik	1.152,0	1.056,9	+9,0
Alle übrigen Segmente	-49,9	-56,4	+11,5
TUI Group	1.102,1	1.000,5	+10,2
TUI Group zu konstanten Wechselkursen	1.120,7	1.000,5	+12,0
Aufgegebene Geschäftsbereiche	-1,2	92,9	n.a.
Summe der Segmente	1.100,9	1.093,4	+0,7

Im Geschäftsjahr 2017 wurden Erträge in Höhe von 25,8 Mio. € bereinigt, denen ohne Berücksichtigung der Aufwendungen aus Kaufpreisallokationen bereinigte Aufwendungen in Höhe von 72,2 Mio. € gegenüberstanden. Im Wesentlichen handelte es sich dabei um die folgenden Sachverhalte:

ABGANGSERGEBNISSE

Im Geschäftsjahr 2017 waren positive Abgangsergebnisse von 2,2 Mio. € zu bereinigen, die insbesondere aus Veräußerungen von Tochtergesellschaften resultierten.

RESTRUKTURIERUNGSKOSTEN

Die im Geschäftsjahr 2017 bereinigten Restrukturierungskosten von 23,1 Mio. € betrafen in Höhe von rund 24 Mio. € die Zusammenführung der französischen TUI Veranstalter nach dem Erwerb von Transat. Daneben wurden Aufwendungen in Höhe von rund 4 Mio. € für die Zusammenführung der Airlines in Nordic und UK bereinigt. Wesentliche Erträge resultierten aus der Auflösung einer nicht mehr benötigten Restrukturierungsrückstellung in der Region Zentral.

AUFWENDUNGEN AUS KAUFPREISALLOKATIONEN

Im Geschäftsjahr 2017 waren Aufwendungen aus Kaufpreisallokationen von 29,2 Mio. € zu bereinigen, die insbesondere planmäßige Abschreibungen immaterieller Vermögenswerte aus in Vorjahren getätigten Akquisitionen betrafen.

EINZELSACHVERHALTE

Die saldierten Aufwendungen aus Einzelsachverhalten in Höhe von 25,5 Mio. € beinhalten insbesondere Einmalaufwendungen in Höhe von 18 Mio. € im Zusammenhang mit IT-Projekten in der Region Nord sowie rund 8 Mio. € für die Zusammenführung der Airlines in Nordic und UK. Weitere Aufwendungen von insgesamt 17 Mio. € entfielen auf Reorganisationen in den Regionen und bei den Zielgebietsagenturen. Gegenläufig wurden im Berichtsjahr Erträge in Höhe von rund 13 Mio. € aus der Auflösung einer nicht mehr benötigten Rückstellung bei Corsair bereinigt.

PRO FORMA BEREINIGTES ERGEBNIS JE AKTIE

Die nachstehende Tabelle zeigt eine vergleichbare Darstellung des pro forma bereinigten Ergebnisses je Aktie der TUI Group. Die Berechnung

basiert auf dem gezeichneten Kapital zum Bilanzstichtag. Der Effekt aus der unterjährigen Wandlung von Aktienoptionsplänen ist daher bereinigt.

Pro forma bereinigtes Ergebnis je Aktie TUI Group

Mio. €	2017	2016
EBITA (bereinigt)	1.102,1	1.000,5
Abzüglich Nettozinsaufwand	-119,2	-179,5
Bereinigtes Ergebnis vor Steuern	982,9	821,1
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag (normalisiert)	196,6	205,3
Bereinigter Konzerngewinn	786,3	615,8
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	116,6	111,5
Anteil der TUI AG Aktionäre am Konzerngewinn (bereinigt)	669,7	504,3
Anzahl Aktien (pro forma) Mio. St.	587,0	587,0
Pro forma bereinigtes Ergebnis je Aktie	1,14	0,86

Überleitung auf EBITDA

Mio. €	2017	2016	Veränderung in %
EBITA	1.026,5	898,1	+14,3
Abschreibungen (+)/ Zuschreibungen (-) auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sach- und Finanzanlagen und Umlaufvermögen	464,4	407,0	+14,1
EBITDA	1.490,9	1.305,1	+14,2

EBITDA und bereinigtes EBITDA

Mio. €	EBITDA			Bereinigtes EBITDA		
	2017	2016 geändert	Veränderung in %	2017	2016 geändert	Veränderung in %
Hotels & Resorts	484,5	396,5	+22,2	485,2	394,4	+23,0
Kreuzfahrten	312,9	236,8	+32,1	312,9	236,8	+32,1
Quellmärkte	568,2	614,4	-7,5	619,3	650,9	-4,9
Region Nord	378,6	430,3	-12,0	402,7	437,3	-7,9
Region Zentral	87,6	86,3	+1,5	89,8	105,3	-14,7
Region West	102,0	97,9	+4,2	126,8	108,3	+17,1
Übrige Touristik	102,3	58,2	+75,8	100,0	69,0	+44,9
Touristik	1.467,9	1.306,0	+12,4	1.517,4	1.351,1	+12,3
Alle übrigen Segmente	23,0	-0,9	n.a.	24,3	28,5	-14,7
TUI Group	1.490,9	1.305,1	+14,2	1.541,7	1.379,6	+11,7
Aufgegebene Geschäftsbereiche	-22,1	85,6	n.a.	-1,2	139,2	n.a.
Summe der Segmente	1.468,8	1.390,7	+5,6	1.540,5	1.518,8	+1,4

Geschäftsentwicklung in den Segmenten

Aktuelle und künftige Buchungsentwicklung in der Touristik

In der Touristik werden Reisen saisonbezogen mit einem unterschiedlich langen zeitlichen Vorlauf gebucht. Die Buchungsfreigabe für einzelne Saisons erfolgt in Abhängigkeit von der Ausgestaltung der jeweiligen Buchungs- und Reservierungssysteme in den einzelnen Quellmärkten zu

unterschiedlichen Zeitpunkten. Die buchbare Kapazität der Veranstalter wird im Saisonverlauf im Rahmen der Auslastungssteuerung zudem an die tatsächliche und erwartete Nachfrage angepasst.

Zum Ende des Geschäftsjahres 2017 ergaben sich die nachfolgenden Buchungsstände für die Wintersaison 2017/18 im Verhältnis zum Vorjahresstand:

Buchungsentwicklung*

Winter 2017/18

Veränderung in %	Winter 2017/18			
	Gesamtumsatz	Gäste	Durchschnittsreisepreis	Verkauftes Programm
Region Nord	+6	-	+6	+63
Großbritannien	+3	-4	+8	+57
Großbritannien inkl. Cruise	+7	-3	+10	+59
Nordische Länder	+10	+7	+3	+74
Region Zentral	+7	+8	-1	+64
Deutschland	+9	+9	+1	+63
Region West	+3	-	+3	+65
Benelux	+4	+2	+2	+65
Quellmärkte gesamt	+6	+3	+3	+63
Quellmärkte gesamt inkl. Großbritannien Cruise	+7	+3	+3	+64

* Stand: 3. Dezember 2017 (auf Basis konstanter Wechselkurse). Die Kennzahlen umfassen sämtliche Kunden, ungeachtet einer etwaigen Ausfallgefährdung.

Für die in Großbritannien bereits buchbare Sommersaison 2018 waren im November 2017 rund 20% des Programms gebucht, ein üblicher Wert in dieser frühen Phase des Buchungszyklus. Der gebuchte Umsatz in Großbritannien (ohne Marella Cruises) lag um 2% über dem Vorjahreswert, der Durchschnittspreis war mit 4% im Plus.

Die Buchungslage im Segment Hotels & Resorts entspricht weitgehend der Gästezahlentwicklung in den Quellmärkten, da ein hoher Anteil der eigenen Hotelbetten durch TUI Veranstalter belegt wird. Im Segment Kreuzfahrten lagen die Vorausbuchungen zum Bilanzstichtag bei einer

guten Nachfrage insbesondere durch den weiteren Flottenausbau bei TUI Cruises und die Flottenmodernisierung bei Marella Cruises über den Vergleichswerten des Vorjahres.

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

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

Hotels & Resorts

Hotels & Resorts

Mio. €	2017	2016 geändert	Veränderung in %
Gesamtumsatz	1.366,2	1.278,4	+6,9
Umsatz	679,0	618,6	+9,8
Bereinigtes EBITA	356,5	303,8	+17,3
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	362,0	303,8	+19,2
Kapazitäten Hotels gesamt ^{1,4} in Tsd.	39.163	37.306	+5,0
Riu	17.942	17.396	+3,1
Robinson	3.115	3.081	+1,1
Blue Diamond	2.859	2.275	+25,6
Auslastung Hotels gesamt ² in %, Veränderung in %-Pkt.	79	78	+1
Riu	90	90	–
Robinson	66	67	–1
Blue Diamond	83	85	–3
Erlös pro Bett Hotels gesamt ³	63	60	+5,5
Riu	64	60	+6,0
Robinson	91	90	+0,8
Blue Diamond	112	92	+22,5

Umsatz enthält alle vollkonsolidierten Gesellschaften, alle übrigen Kennzahlen inkl. Equity-Gesellschaften.

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

² Belegte Betten, dividiert durch Kapazität.

³ Arrangement-Umsatz, dividiert durch belegte Betten.

⁴ Vorjahreswerte angepasst.

Das Segment Hotels & Resorts erzielte im Berichtsjahr einen deutlichen Anstieg des bereinigten EBITA, der neben der Eröffnung neuer Hotels auf eine starke Buchungsentwicklung zurückzuführen war. Die Auslastung stieg auf 79 % und der durchschnittliche Erlös pro Bett verbesserte sich um 6 %. Im Geschäftsjahr 2017 stieg auch der ROIC im Segment Hotels & Resorts zum vierten Mal in Folge auf 13,2 % an (gegenüber den durchschnittlichen gewichteten Segment-Kapitalkosten von 8,5 %). Dies belegt die Attraktivität unseres Portfolios an Hotel- und Clubmarken, unsere Vertriebsstärke und unseren disziplinierten Investitionsansatz.

- Insgesamt resultierte die Ergebnisverbesserung im Segment Hotels & Resorts aus einer starken Geschäftsentwicklung im westlichen Mittelmeerraum und der Karibik sowie einer Erholung der Nachfrage für die Türkei und Nordafrika. Diese war insbesondere auf die Aufhebung des Einreiseverbots der Türkei für russische Touristen und eine Erholung der Nachfrage nach Ägypten-Reisen zurückzuführen. Die starke Hurrikanaktivität in der Karibik gegen Ende des Berichtsjahres verursachte Schäden an einigen Hotels. Unter Berücksichtigung unseres Versicherungsschutzes hatten die Hurrikane jedoch keine signifikanten Auswirkungen auf das Ergebnis unseres Segments Hotels & Resorts.

- Die anhaltend hohe Auslastung stellt die Stärke unseres Portfolios an Marken und Destinationen und den Erfolg unseres integrierten Geschäftsmodells unter Beweis. Ein erheblicher Anteil der Hotelzimmer wird über unsere Veranstalter in den Quellmärkten vertrieben. Dadurch werden Risiken bei der Eröffnung neuer Hotels erheblich minimiert.
- Entsprechend unserer Strategie eines disziplinierten Wachstums bei unseren konzerneigenen Hotels wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr zehn neue Hotels eröffnet. Damit liegt die Gesamtzahl der Neueröffnungen seit dem Zusammenschluss bei 28. Die neuen Hotels der Hotelmarken Riu, Blue Diamond und TUI Blue wurden auf Jamaica, St. Lucia, Teneriffa, in Italien und Kroatien eröffnet. Außerdem wurden zwei bestehende Hotels in Deutschland und Österreich als TUI Blue-Häuser neu positioniert.
- Riu verzeichnete erneut eine sehr hohe Auslastung von 90 % bei einem Anstieg der durchschnittlichen Erlöse pro Bett von 6 %. Diese Ergebnisse spiegeln eine gute Geschäftsentwicklung, insbesondere in Spanien und Mexiko, wider. Im November 2016 wurde zudem das Riu Reggae in Jamaica eröffnet. Robinson erzielte einen Anstieg des durchschnittlichen Erlöses pro Bett um rund 1 % und eine stabile Ergebnisentwicklung. Die Nachfrage nach Robinson Clubs in der Türkei war vor allem aus unserem Quellmarkt Deutschland weiterhin verhalten. Blue Diamond verzeichnete Ergebniszuwächse infolge der Eröffnung von Hotels in der Karibik bei anhaltend hoher Auslastung.

Kreuzfahrten

Kreuzfahrten

Mio. €	2017	2016 geändert	Veränderung in %
Umsatz ¹	815,0	703,1	+15,9
Bereinigtes EBITA	255,6	190,9	+33,9
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	263,5	190,9	+38,0
Auslastung in %, Veränderung in %-Pkt.			
TUI Cruises	101,9	102,6	–0,7
Marella Cruises ⁴	101,7	100,6	+1,1
Hapag-Lloyd Cruises	76,7	76,8	–
Passagiertage in Tsd.			
TUI Cruises	4.483	3.482	+28,7
Marella Cruises ⁴	2.720	2.081	+30,7
Hapag-Lloyd Cruises	349	355	–1,7
Durchschnittsrates ² in €			
TUI Cruises	173	171	+1,2
Marella Cruises ^{3,4}	131	121	+8,3
Hapag-Lloyd Cruises	594	579	+2,6

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

² Pro Tag und Passagier.

³ Integrationsbedingt inklusive aller Pauschalreiseelemente, in £.

⁴ Bis Oktober 2017 Thomson Cruises.

- Das Segment Kreuzfahrten erzielte einen starken Ergebniszuwachs durch die Indienststellung neuer Schiffe in Deutschland und Großbritannien bei anhaltend hoher Auslastung und Durchschnittsrate aller Schiffe. Insgesamt verzeichnete das Segment einen starken ROIC von 19,9% (gegenüber den durchschnittlichen gewichteten Segment-Kapitalkosten von 5,25%). Dies spiegelt die ausgezeichnete Entwicklung unserer Beteiligung an TUI Cruises sowie die gute Geschäftsentwicklung von Marella Cruises und von Hapag-Lloyd Cruises wider.
- TUI Cruises (unser Gemeinschaftsunternehmen mit Royal Caribbean für den deutschsprachigen Markt) betrieb im Winter erstmals die Mein Schiff 5 und stellte im Juni 2017 die Mein Schiff 6 in Dienst. Die Durchschnittsrate der Flotte stieg gegenüber dem Vorjahr an. Diese Entwicklung ist auf die anhaltend starke Nachfrage nach dem Premium-All-Inclusive-Angebot von TUI Cruises zurückzuführen.
- Marella Cruises, unsere britische Marke, die zuvor unter dem Namen Thomson Cruises firmierte, betrieb in diesem Winter erstmals die Marella Discovery und stellte im Mai die Marella Discovery 2 in Dienst. Im Zuge unserer Flottenmodernisierung und unserer im Einklang mit der Entwicklung des britischen Kreuzfahrtmarkts erfolgenden Expansion stieg die Auslastung und die Durchschnittsrate der Flotte gegenüber dem Vorjahr an.
- Hapag-Lloyd Cruises, unsere Luxus- und Expeditionskreuzfahrtmarke, verzeichnete eine starke Geschäftsentwicklung und einen Ergebniszuwachs. Die im Vergleich zum Vorjahr geringere Zahl an Betriebstagen wurde durch einen Anstieg der Durchschnittsrate und die gute operative Geschäftsentwicklung ausgeglichen.

Quellmärkte

Quellmärkte

Mio. €	2017	2016	Veränderung geändert	Veränderung in %
Umsatz	16.143,2	14.997,2		+7,6
Bereinigtes EBITA	526,5	554,3		-5,0
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	532,1	554,3		-4,0
Net Promoter Score (NPS) ¹ in %, Veränderung in %-Pkt.	50	49		+1
Kundenzufriedenheit insgesamt ²	8,59	8,56		+0,03
Direktvertrieb ³ in %, Veränderung in %-Pkt.	73	72		+1
Online-Vertrieb ⁴ in %, Veränderung in %-Pkt.	46	43		+3
Gästepzahlen in Tsd.	20.184	18.986		+6,3

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 Befürworter (Werte 9 und 10) abzüglich des Anteils Kritiker (Werte 0 bis 6).

² Die Kundenzufriedenheit mit dem Urlaub insgesamt wird mit Fragebögen nach dem Urlaub erhoben, mittels eines Rating auf einer Skala von 0 bis 10.

³ Anteil der über eigene Vertriebskanäle (stationär und online) verkauften Reisen.

⁴ Anteil der über Online- verkauften Reisen.

Unsere Vertriebs- und Marketinggesellschaften profitierten von ihren marktführenden Positionen, einem attraktiven Produktportfolio, Effizienzsteigerungsmaßnahmen und einer weiterhin guten Nachfrage in unseren Quellmärkten. Nach dem Abschluss der Markenmigration zu TUI in allen wichtigen Märkten konnten wir unsere Gästepzahlen und den Anteil unseres Direkt- und Onlinevertriebs steigern und werden die Marke in Zukunft effizienter vermarkten können. Wir werden auch weiterhin unsere marktführende Vertriebsstärke nutzen, um die Auslastung der konzerneigenen Hotels zu maximieren und starke Beziehungen zu Drittanbietern zu fördern.

Region Nord

Mio. €	2017	2016 geändert	Veränderung in %
Umsatz	6.601,5	6.564,4	+0,6
Bereinigtes EBITA	345,8	383,1	-9,7
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	351,1	383,1	-8,4
Direktvertrieb ¹ in %, Veränderung in %-Pkt.	92	92	-
Online-Vertrieb ² in %, Veränderung in %-Pkt.	63	62	+1
Gästezahlen in Tsd.	7.391	7.142	+3,5

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

² Anteil der über Online- verkauften Reisen.

Die Region Nord umfasst unsere Vertriebs- und Marketinggesellschaften in Großbritannien und den Nordischen Ländern sowie die Joint Ventures in Kanada und Russland. Insgesamt erzielte die Region Nord im Berichtsjahr ein starkes Umsatz- und Gästewachstum bei einem anhaltend hohen Anteil des Direkt- und Online-Vertriebs. Gegenläufig verursachten die Hurrikane in Florida und der Karibik zum Ende des Geschäftsjahres erhebliche Rückführungs- und Flugausfallkosten.

- Bei anhaltend hoher Nachfrage nach Auslandsreisen normalisierten sich in Großbritannien erwartungsgemäß die Margen im gesamten Pauschalreisemarkt, vornehmlich infolge des schwächeren Britischen Pfund. Dies spiegelt sich teilweise in unserem Ergebnis für das Geschäftsjahr 2017 wider. Dennoch erzielten wir weiterhin gesunde Margen und sind gut und wettbewerbsfähig positioniert. TUI ist klarer Marktführer mit einer hohen Weiterempfehlungsrate (NPS) von 55, einem hohen Anteil des Direktvertriebs (93 %) und des Onlinevertriebs (59 %) sowie einem hoch integrierten, effizienten Geschäftsmodell.
- In den Nordischen Ländern verbesserten sich Umsatz und Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr dank einer besonders starken Geschäftsentwicklung im Sommer. Zurückzuführen war diese Entwicklung auf den Abschluss der Markenmigration zu TUI und die erfolgreiche Umschichtung von Kapazitäten in Destinationen wie Spanien, Zypern, Bulgarien und Kroatien zum Ausgleich einer weiterhin verhaltenen Nachfrage nach Reisen in die Türkei. Nach Einführung des gleichen Yield Management-Systems wie in Großbritannien verzeichnen die Nordischen Länder unter einem neuen Management-Team aktuell operative Effizienzverbesserungen und erzielen Einsparungen bei den Gemeinkosten.
- In Kanada stieg das Ergebnis im Berichtsjahr infolge einer starken Buchungsentwicklung, von der auch konzerninterne Hotels wie Blue Diamond- und Riu-Hotels profitierten. Russland verzeichnete ein leicht rückläufiges Ergebnis aufgrund des Wegfalls der im Vorjahr erfolgten Auflösungen von Rückstellungen.

Region Zentral

Mio. €	2017	2016 geändert	Veränderung in %
Umsatz	6.039,5	5.562,9	+8,6
Bereinigtes EBITA	71,5	85,1	-16,0
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	71,7	85,1	-15,7
Direktvertrieb ¹ in %, Veränderung in %-Pkt.	49	47	+2
Online-Vertrieb ² in %, Veränderung in %-Pkt.	19	15	+4
Gästezahlen in Tsd.	7.151	6.828	+4,7

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

² Anteil der über Online- verkauften Reisen.

Das Segment Region Zentral umfasst unsere Vertriebs- und Marketingtätigkeiten in Deutschland, Österreich, der Schweiz und in Polen. Im Geschäftsjahr 2017 erreichte der Umsatz dieses Segments ein Plus von 9%, das auf höhere Gästezahlen in allen Märkten und einen wachsenden Anteil des Direkt- und Online-Vertriebs zurückzuführen war.

- Deutschland und Österreich erzielten einen Zuwachs der Gästezahlen um 2 % und bauten ihren Marktanteil weiter aus. Insbesondere in der zweiten Jahreshälfte verzeichnete das Segment eine gute Geschäftsentwicklung und höhere Margen. Durch einen Anstieg der Nachfrage, insbesondere für Reisen nach Griechenland, Spanien, Ägypten sowie in Ferndestinationen, konnte die weiterhin verhaltene Nachfrage nach Reisen in die Türkei im Berichtsjahr ausgeglichen werden.
- Diese Entwicklung wurde durch die zu Beginn des Jahres entstandenen Aufwendungen und Mindererlöse in Höhe von 24 Mio. € für unerwartet hohe Krankmeldungen bei TUI fly-Crews kompensiert.
- Wir streben weiterhin eine Steigerung des Anteils des Direkt- und Online-Vertriebs in Deutschland an, der aktuell bei 47 % bzw. 18 % liegt. Auch im abgelaufenen Geschäftsjahr hat unser Ergebnis von einem Anstieg des Direktvertriebs und unserem laufenden Kosteneinsparungsprogramm profitiert.
- Die Schweiz und Polen erzielten im Berichtsjahr eine gute Geschäftsentwicklung. Durch höhere Gästezahlen verbesserten sich Umsatz und Ergebnis in den beiden Ländern.
- Im Ergebnis der Region Zentral für das Geschäftsjahr 2017 sind im Vorjahresvergleich insbesondere Einmalbelastungen in Höhe von rund 15 Mio. € enthalten. Diese Belastungen beziehen sich auf den Ausfall von Forderungen für unterjährige Raten aus dem Betrieb von Flugzeugen für AirBerlin. Der Ausfall steht im Zusammenhang mit der Insolvenz dieser Fluggesellschaft.

Region West

Mio. €	2017	2016	Veränderung in %
Umsatz	3.502,2	2.869,9	+22,0
Bereinigtes EBITA	109,2	86,1	+26,8
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	109,3	86,1	+26,9
Direktvertrieb ¹ in %, Veränderung in %-Pkt.	71	70	+1
Online-Vertrieb ² in %, Veränderung in %-Pkt.	54	52	+2
Gästezahlen in Tsd.	5.642	5.016	+12,5

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

² Anteil der über Online- verkauften Reisen.

Das Segment Region West umfasst unsere Vertriebs- und Marketingtätigkeiten in Benelux und Frankreich. Der Umsatz des Segments stieg 2017 um 22,0% an, was auf den Erwerb des französischen Veranstaltergeschäfts der Transat zu Beginn des Geschäftsjahres sowie höhere Gästezahlen in Benelux zurückzuführen war. Die Region West steigerte auch den Anteil des Direkt- und Online-Vertriebs. Dabei profitierte das Segment von der in allen Märkten erfolgten Einführung der Marke TUI.

- Nach dem Terroranschlag am Flughafen Brüssel in 2016 erzielte Benelux insbesondere in der zweiten Jahreshälfte eine starke Buchungsentwicklung. Nachdem in 2016 die Markenmigration zu TUI in den Niederlanden abgeschlossen wurde, erfolgte in 2017 der Markenwechsel in Belgien. Außerdem wurden die in der ersten Jahreshälfte in den Niederlanden verzeichneten operativen Schwierigkeiten der Airline vor dem Sommer effektiv behoben, sodass sich die Geschäftsentwicklung verbesserte.
- In Frankreich verläuft die Integration des Veranstalters Transat nach Plan. Insgesamt hat sich das Ergebnis in Frankreich jedoch im Vorjahresvergleich nicht verbessert, was vor allem auf den hohen Wettbewerbsdruck im Spätsommer zurückzuführen war. Dennoch erwarten wir, dass wir in den nächsten Jahren die angekündigten Synergien aus dem Erwerb des Veranstaltergeschäfts der Transat planmäßig realisieren werden.

Übrige Touristik**Übrige Touristik**

Mio. €	2017	2016	Veränderung geändert in %
Umsatz	677,0	669,3	+1,2
Bereinigtes EBITA	13,4	7,9	+69,6
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	17,8	7,9	+125,3

Das Segment Übrige Touristik umfasst unsere im Bereich Destination Services geführten Zielgebietsagenturen, die unsere Gäste in den Urlaubsregionen betreuen, die französische Linienfluggesellschaft Corsair und zentrale Funktionen für alle Touristikgesellschaften.

- TUI Destination Services verzeichnete im Berichtsjahr einen Anstieg beim Umsatz und Ergebnis infolge einer guten Geschäftsentwicklung und der endgültigen Realisierung der Synergien aus dem Zusammenschluss. Als wichtigster Ansprechpartner vor Ort ist der Bereich Destination Services ein wesentlicher Teil des Urlaubserlebnisses unserer Gäste aus den Quellmärkten. Im Rahmen unserer IT- und CRM-Initiativen arbeitet der Bereich auf weitere Verbesserungen seiner Leistungen und Angebote hin.

Alle übrigen Segmente**Alle übrigen Segmente**

Mio. €	2017	2016	Veränderung geändert in %
Umsatz	220,8	165,7	+33,3
Bereinigtes EBITA	-49,9	-56,4	+11,5
Bereinigtes EBITA zu konstanten Wechselkursen	-54,5	-56,4	+3,4

- In diesem Segment sind neben den Geschäftstätigkeiten für die neuen Märkte insbesondere die Corporate Center Funktionen des Konzerns und der Zwischenholdings sowie die Immobiliengesellschaften des Konzerns zusammengefasst.
- Die Reduzierung der Kosten gegenüber dem Vorjahr ist auf die endgültige Realisierung der Corporate Streamlining-Synergien aus dem Zusammenschluss zurückzuführen.

Vermögenslage des Konzerns

Entwicklung der Vermögensstruktur des Konzerns

Mio. €	30.9.2017	30.9.2016	Veränderung in %
Anlagevermögen	9.067,0	8.345,0	+8,7
Langfristige Forderungen	800,6	786,8	+1,8
Langfristige Vermögenswerte	9.867,6	9.131,8	+8,1
Vorräte	110,2	105,2	+4,8
Kurzfristige Forderungen	1.682,0	2.218,2	-24,2
Finanzmittel	2.516,1	2.072,9	+21,4
Zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte	9,6	929,8	-99,0
Kurzfristige Vermögenswerte	4.317,9	5.326,1	-18,9
Aktiva	14.185,5	14.457,9	-1,9
Eigenkapital	3.533,7	3.248,2	+8,8
Fremdkapital	10.651,8	11.209,7	-5,0
Passiva	14.185,5	14.457,9	-1,9

Die Bilanzsumme des Konzerns nahm im Vergleich zum Vorjahresstichtag um 1,9% auf 14,2 Mrd. € ab.

Vertikale Strukturkennzahlen

Die langfristigen Vermögenswerte hatten einen Anteil von 69,6% am Gesamtvermögen, im Vorjahr betrug er 63,2%. Die Anlagenintensität (Anlagevermögen zu Gesamtvermögen) nahm von 57,7% auf 63,9% zu.

Der Anteil der kurzfristigen Vermögenswerte am Gesamtvermögen betrug 30,4% nach 36,8% im Vorjahr. Die Finanzmittel des Konzerns nahmen gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreswert um 443,2 Mio. € auf 2.516,1 Mio. € zu. Sie hatten damit einen Anteil am Gesamtvermögen von 17,7% nach 14,3% im Vorjahr.

Horizontale Strukturkennzahlen

Die langfristigen Vermögenswerte waren am Bilanzstichtag zu 35,8% durch Eigenkapital gedeckt, nach 35,6% im Vorjahr. Für das Anlagevermögen betrug die Deckung durch Eigenkapital 39,0% (Vorjahr 38,9%). Eigenkapital plus langfristige Finanzschulden deckten das Anlagevermögen zu 58,4%, im Vorjahr waren es 56,9%.

Struktur der langfristigen Vermögenswerte des Konzerns

Mio. €	30.9.2017	30.9.2016	Veränderung in %
Geschäfts- oder Firmenwerte	2.889,5	2.853,5	+1,3
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	548,1	545,8	+0,4
Sachanlagen	4.253,7	3.714,5	+14,5
Nach der Equity-Methode bewertete Unternehmen	1.306,2	1.180,8	+10,6
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	69,5	50,4	+37,9
Anlagevermögen	9.067,0	8.345,0	+8,7
Forderungen und Vermögenswerte	476,9	442,1	+7,9
Latente Ertragsteueransprüche	323,7	344,7	-6,1
Langfristige Forderungen	800,6	786,8	+1,8
Langfristige Vermögenswerte	9.867,6	9.131,8	+8,1

Entwicklung der langfristigen Vermögenswerte des Konzerns

GESCHÄFTS- ODER FIRKENWERTE

Die Geschäfts- oder Firmenwerte erhöhten sich um 36,0 Mio. € auf 2.889,5 Mio. €. Der Anstieg des Buchwerts ist im Wesentlichen bedingt durch den Erwerb der französischen Veranstalteraktivitäten von Transat. Gegenläufig wirkte sich die Umrechnung von Geschäfts- oder Firmenwerten in Euro, die nicht in der Berichtswährung des TUI Konzerns geführt werden, aus. Die Durchführung der Werthaltigkeitstests führte im Berichtsjahr zu keinen Wertminderungen.

SACHANLAGEN

Der Anstieg der Sachanlagen auf 4.253,7 Mio. € im Berichtsjahr war insbesondere auf den Kauf des Kreuzfahrtschiffs Marella Discovery 2, Investitionen in Hotelanlagen, geleistete Vorauszahlungen für Flugzeugbestellungen sowie die Auslieferung von zwei 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 1.158,1 Mio. €, der sich um 5,8% gegenüber dem Vorjahr reduziert hat.

Entwicklung der Sachanlagen

Mio. €	30.9.2017	30.9.2016	Veränderung in %
Hotels mit Grundstücken	1.040,8	978,9	+6,3
Sonstige Gebäude und Grundstücke	165,1	155,4	+6,2
Flugzeuge	1.207,2	1.202,0	+0,4
Kreuzfahrtschiffe	860,1	674,3	+27,6
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	361,2	335,5	+7,7
Anlagen im Bau, geleistete Anzahlungen	619,3	368,4	+68,1
Gesamt	4.253,7	3.714,5	+14,5

NACH DER EQUITY-METHODE BEWERTETE UNTERNEHMEN

Nach der Equity-Methode wurden 13 assoziierte Unternehmen und 28 Gemeinschaftsunternehmen bewertet. Mit 1.306,2 Mio. € nahm ihr Wert am Bilanzstichtag gegenüber dem Vorjahr um 10,6% zu.

Struktur der kurzfristigen Vermögenswerte des Konzerns

Mio. €	30.9.2017	30.9.2016	Veränderung in %
Vorräte	110,2	105,2	+4,8
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	–	265,8	n.a.
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Vermögenswerte*	1.583,3	1.864,7	–15,1
Tatsächliche Ertragsteuer- ansprüche	98,7	87,7	+12,5
Kurzfristige Forderungen	1.682,0	2.218,2	–24,2
Finanzmittel	2.516,1	2.072,9	+21,4
Zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte	9,6	929,8	–99,0
Kurzfristige Vermögenswerte	4.317,9	5.326,1	–18,9

* Inklusive Forderungen aus derivativen Finanzinstrumenten.

Entwicklung der kurzfristigen Vermögenswerte des Konzerns**ZUR VERÄUSSERUNG VERFÜGBARE FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE**

Die kurzfristigen zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerte enthielten zum 30. September 2016 die verbliebenen Anteile an der Hapag-Lloyd AG. Im Geschäftsjahr hat die TUI AG die von ihr gehaltenen Anteile an der Hapag-Lloyd AG zu einem Kaufpreis abzüglich Veräußerungskosten von 406,4 Mio. € veräußert. Der hieraus resultierende Gewinn von 172,4 Mio. € wird unter den Finanzerträgen ausgewiesen.

KURZFRISTIGE FORDERUNGEN

Die kurzfristigen Forderungen umfassen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen, effektive Ertragsteueransprüche sowie Forderungen aus derivativen Finanzinstrumenten. Mit 1.682,0 Mio. € nahmen die kurzfristigen Forderungen um 24,2% gegenüber dem Vorjahr ab.

FINANZMITTEL

Der Bestand an Finanzmitteln erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 21,4% auf 2.516,1 Mio. €.

ZUR VERÄUSSERUNG BESTIMMTE VERMÖGENSWERTE

Die zur Veräußerung bestimmten Vermögenswerte verminderten sich um 920,2 Mio. € auf 9,6 Mio. €. Der Rückgang beruht auf der im Berichtsjahr erfolgten Veräußerung von Travelopia.

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. €	30.9.2017	30.9.2016	Veränderung in %
Flugzeuge	1.461,1	1.886,3	–22,5
Hotelanlagen	728,4	731,9	–0,5
Reisebüros	217,1	229,1	–5,2
Verwaltungsgebäude	233,8	271,2	–13,8
Schiffe, Yachten und Motorboote	29,2	204,6	–85,7
Sonstiges	107,8	114,3	–5,7
Gesamt	2.777,4	3.437,4	–19,2

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

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

➔ Grundlagen der TUI Group s. Seite 20; TUI Aktie ab Seite 91

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.

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 für die 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 Schiffshandlungskosten.

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.

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 Anhang zum Konzernabschluss.

→ Siehe ab Seite 30 und ab Seite 209

Kapitalstruktur

Kapitalstruktur des Konzerns

Mio. €	30.9.2017	30.9.2016	Veränderung in %
Langfristige Vermögenswerte	9.867,6	9.131,8	+8,1
Kurzfristige Vermögenswerte	4.317,9	5.326,1	-18,9
Aktiva	14.185,5	14.457,9	-1,9
Gezeichnetes Kapital	1.501,6	1.500,7	+0,1
Rücklagen inklusive Bilanzgewinn	1.438,1	1.174,4	+22,5
Anteil nicht beherrschender Gesellschafter am Eigenkapital	594,0	573,1	+3,6
Eigenkapital	3.533,7	3.248,2	+8,8
Langfristige Rückstellungen	1.896,1	2.213,3	-14,3
Kurzfristige Rückstellungen	382,6	415,4	-7,9
Rückstellungen	2.278,7	2.628,7	-13,3
Langfristige Finanzschulden	1.761,2	1.503,4	+17,1
Kurzfristige Finanzschulden	171,9	537,7	-68,0
Finanzschulden	1.933,1	2.041,1	-5,3
Langfristige sonstige Verbindlichkeiten	459,8	272,7	+68,6
Kurzfristige sonstige Verbindlichkeiten	5.980,2	5.794,9	+3,2
Sonstige Verbindlichkeiten	6.440,0	6.067,6	+6,1
Schulden i. Z. m. zur Veräußerung bestimmten Vermögenswerten	-	472,3	n. a.
Passiva	14.185,5	14.457,9	-1,9

Kapitalrelationen

Mio. €	30.9.2017	30.9.2016	Veränderung in %
Langfristiges Kapital	7.650,8	7.237,6	+5,7
Langfristiges Kapital relativ zur Bilanzsumme	% 53,9	% 50,1	+3,8*
Eigenkapitalquote	% 24,9	% 22,5	+2,4*
Eigenkapital und langfristige Finanzschulden	5.294,9	4.751,6	+11,4
Eigenkapital und langfristige Finanzschulden relativ zur Bilanzsumme	% 37,3	% 32,9	+4,4*
Gearing	% 17,2	% 41,9	-24,7*

* In Prozentpunkten.

Insgesamt nahm das langfristig zur Verfügung stehende Kapital um 5,7% auf 7.650,8 Mio. € zu, relativ zur Bilanzsumme betrug es 53,9% (Vorjahr 50,1%).

Die Eigenkapitalquote betrug 24,9% (Vorjahr 22,5%). Eigenkapital und langfristige Finanzschulden machten am Bilanzstichtag 37,3% (Vorjahr 32,9%) der Bilanzsumme aus.

Das Verhältnis der durchschnittlichen Nettofinanzschulden zum durchschnittlichen Eigenkapital (Gearing) lag bei 17,2% und fiel damit geringer aus als im Vorjahr (41,9%).

EIGENKAPITAL

Zusammensetzung des Eigenkapitals

Mio. €	30.9.2017	30.9.2016	Veränderung in %
Gezeichnetes Kapital	1.501,6	1.500,7	+0,1
Kapitalrücklagen	4.195,0	4.192,2	+0,1
Gewinnrücklagen	-2.756,9	-3.017,8	+8,6
Anteil nicht beherrschender Gesellschafter am Eigenkapital	594,0	573,1	+3,6
Eigenkapital	3.533,7	3.248,2	+8,8

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 260,9 Mio. € auf -2.756,9 Mio. €. Andere Gesellschafter hielten einen Anteil von 594,0 Mio. € am Eigenkapital.

RÜCKSTELLUNGEN

Die Rückstellungen bestehen überwiegend aus Rückstellungen für Pensionsverpflichtungen sowie Rückstellungen für betriebstypische Risiken, die je nach Eintrittserwartung als kurzfristig oder langfristig klassifiziert wurden. Sie ergaben am Bilanzstichtag insgesamt 2.278,7 Mio. € und lagen damit um 350,0 Mio. € bzw. 13,3% unter dem Wert des Vorjahres.

FINANZSCHULDEN

Zusammensetzung der Finanzschulden

Mio. €	30.9.2017	30.9.2016	Veränderung in %
Anleihen	295,8	306,5	-3,5
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	381,3	410,8	-7,2
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverträgen	1.226,5	1.231,7	-0,4
Sonstige Finanzschulden	29,5	92,1	-68,0
Finanzschulden	1.933,1	2.041,1	-5,3

STRUKTURELLE VERÄNDERUNGEN DER FINANZSCHULDEN

Die Finanzschulden des Konzerns nahmen um insgesamt 108,0 Mio. € auf 1.933,1 Mio. € ab. Strukturell gab es keine signifikanten Veränderungen.

ÜBERSICHT ÜBER DIE BÖRSENNOTIERTEN ANLEIHEN DER TUI

Die nachfolgenden Übersichten zeigen die Fälligkeiten, die Nominalvolumina sowie die jährliche Verzinsung der börsennotierten Anleihen auf.

Am 26. Oktober 2016 hat die TUI AG eine Anleihe über nominal 300,0 Mio. € mit fünfjähriger Laufzeit emittiert. Die Erlöse aus dieser Anleiheemission wurden am 18. November 2016 zur vorzeitigen Rückzahlung der im September 2014 begebenen fünfjährigen Anleihe über nominal 300,0 Mio. € verwendet.

Börsennotierte Anleihen

Kapitalmaßnahmen	Begebung	Fälligkeit	Nominalwert initial Mio. €	Nominalwert ausstehend Mio. €	Verzinsung % p.a.
Anleihe 2016/21	Oktober 2016	Oktober 2021	300,0	300,0	2,125

BANKKREDITE UND WEITERE FINANZIERUNGSLEASING-VERPFLICHTUNGEN

Neben der 300,0 Mio. €-Anleihe, die der allgemeinen Unternehmensfinanzierung dient, wurden insbesondere 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 Anhang zum Konzernabschluss.

→ Siehe Abschnitt *Finanzschulden im Konzernanhang Seite 202*

SONSTIGE VERBINDLICHKEITEN

Die sonstigen Verbindlichkeiten lagen mit 6.440,0 Mio. € um 372,4 Mio. € bzw. 6,1 % über dem Vorjahr.

Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente und wesentliche Kreditfazilitäten

OPERATING LEASES

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

→ Siehe Seite 65

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. Die bisherige Laufzeit bis Dezember 2020 wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr vorzeitig bis Juli 2022 verlängert. Zum Bilanzstichtag war diese Kreditfazilität mit 115,9 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 92,5 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 Garantiebtrag erhoben. Zum Bilanzstichtag waren diese Avallinien mit 32,9 Mio. £ und 50,0 Mio. € in Anspruch genommen.

Darüber hinaus hat die TUI AG mit Banken bilaterale Avallinien in einem Gesamtvolumen von 45,0 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 Garantiebtrag erhoben. Zum Bilanzstichtag waren diese Avallinien mit 15,5 Mio. € in Anspruch genommen.

Verpflichtungen aus Finanzierungsvereinbarungen

Die Anleihe über 300,0 Mio. € aus Oktober 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.

Die Anleihe über 300,0 Mio. € vom Oktober 2016 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

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Ausblick
Standard & Poor's	B-	B	B+	BB-	BB-	BB	stabil
Moody's	B3	B3	B2	Ba3	Ba2	Ba2	stabil

Aufgrund einer verbesserten Ausprägung bestimmter Kennziffern und eines stabileren Geschäftsprofils hat Standard & Poor's im Februar 2017 das Corporate Rating von „BB-“ auf „BB“ angehoben.

Die 300,0 Mio. €-Anleihe der TUI AG vom Oktober 2016 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.

Diese grundsätzlichen Definitionen unterliegen spezifischen Anpassungen, um aktuellen Gegebenheiten Rechnung zu tragen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr betrug die Leverage Ratio 2,5(x) sowie die Coverage Ratio 6,1(x). Im Geschäftsjahr 2018 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.

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 Standard & Poor's zum Anlass genommen, ihre Einstufung der TUI-Ratings anzuheben. Wir streben eine weitere Rating-Verbesserung an, um neben Vorteilen bei den Finanzierungskonditionen 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 + Pensionsrückstellungen und ähnliche Verpflichtungen) / (berichtetes EBITDA + langfristige Miet-, Pacht und Leasingaufwendungen)

Coverage Ratio = (berichtetes EBITDA + langfristige Miet-, Pacht und Leasingaufwendungen) / (Nettozinsaufwand + 1/3 der langfristigen Miet-, Pacht- und Leasingaufwendungen)

Zinsen und Finanzierungsumfeld

Die kurzfristigen Zinsen lagen im Berichtsjahr weiterhin im historischen Vergleich auf einem äußerst niedrigen Niveau. In einigen Währungsräumen lag das Zinsniveau gar 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 kaum verändert. Bei insgesamt geringer Nachfrage nach CDS-Papieren bewegten sich die Quotierungen für die TUI AG auf einem absolut niedrigen Niveau. Refinanzierungsmöglichkeiten waren vor dem Hintergrund des aufnahmefähigen Kapitalmarktumfelds vorhanden, das die TUI AG im Oktober 2016 für die Emission einer Anleihe über 300,0 Mio. € nutzte.

Die gute Verfassung des syndizierten Kreditmarkts wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr ebenfalls dazu genutzt, um die Laufzeit der syndizierten Kreditfazilität der TUI AG über 1,75 Mrd. € vorzeitig bis Juli 2022 zu verlängern.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden neben der Anleiheemission über 300,0 Mio. € eine neue Boeing B787-9 mittels Finanzierungsleasing auf Basis eines Sale and Lease Back-Vertrags sowie eine gebrauchte Boeing B737-800 mit einem Bankkredit finanziert.

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 1.039,0 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 0,3 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. €	2017	2016
Nettozufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	+1.583,1	+1.034,7
Nettoab-/-zufluss aus Investitionstätigkeit	-687,7	+239,0
Nettoabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-733,8	-662,1
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	+161,6	+611,6

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.

NETTOZUFLUSS AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

Aus laufender Geschäftstätigkeit flossen im Berichtsjahr 1.583,1 Mio. € (Vorjahr 1.034,7 Mio. €) zu. Der Anstieg gegenüber dem Vorjahreszeitraum war insbesondere auf die positive operative Ergebnisentwicklung sowie auf ein verbessertes Working Capital und die im Vorjahr erfolgte Einmalzahlung an Pensionsfonds in Großbritannien zurückzuführen.

NETTOABFLUSS/NETTOZUFLUSS AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT

Aus der Investitionstätigkeit sind im abgelaufenen Geschäftsjahr unter Berücksichtigung der Einzahlungen aus dem Verkauf der Travelopia Group und der restlichen Anteile an der Hapag-Lloyd AG insgesamt

687,7 Mio. € abgeflossen (Vorjahr Zufluss von 239,0 Mio. €). Auszahlungen für Sach- und Finanzinvestitionen betragen 1.171,6 Mio. €. Aus dem Verkauf von Aktien der Hapag-Lloyd AG flossen im Berichtszeitraum 406,4 Mio. € zu. 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

Im Berichtsjahr erhöhte sich der Zahlungsmittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit im Vergleich zum Vorjahr um 71,7 Mio. € auf 733,8 Mio. €.

Aus der Begebung einer Anleihe sind der TUI AG im Oktober 2016 Mittel von 294,9 Mio. € zugeflossen. Andere Gesellschaften der TUI Group haben Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 34,9 Mio. € aufgenommen. Für die Tilgung einer von der TUI AG gekündigten Anleihe mit einer ursprünglichen Laufzeit bis zum 1. Oktober 2019 wurden im Berichtsjahr 306,8 Mio. € aufgewandt. Weitere wesentliche Auszahlungen resultierten aus der Tilgung von Finanzierungsleasingverbindlichkeiten (97,8 Mio. €) und anderen Finanzverbindlichkeiten (108,8 Mio. €) sowie aus Zinszahlungen (74,8 Mio. €) und Dividenden für Aktionäre der TUI AG (368,2 Mio. €) und an Minderheitsaktionäre (88,6 Mio. €).

Entwicklung des Finanzmittelbestands

Mio. €	2017	2016
Bestand am Anfang der Periode	+2.403,6	+1.682,2
Wechselkursbedingte Veränderungen	-49,1	+105,8
Konsolidierungskreisbedingte Veränderungen des Finanzmittelbestands	-	+4,0
Zahlungswirksame Veränderungen	+161,6	+611,6
Bestand am Ende der Periode	+2.516,1	+2.403,6

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

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

→ Siehe Seite 140 bzw. 223

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 Anhang zum Konzernabschluss.

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. €	2017	2016	Veränderung in %
Bruttosachinvestitionen			
Hotels & Resorts	223,0	262,3	-15,0
Kreuzfahrten	281,4	45,6	+517,1
Quellmärkte	111,8	93,7	+19,3
Region Nord	58,5	51,5	+13,6
Region Zentral	22,3	20,6	+8,3
Region West	31,0	21,6	+43,5
Übrige Touristik	115,2	101,0	+14,1
Touristik	731,4	502,6	+45,5
Alle übrigen Segmente	41,2	20,8	+98,1
TUI Group	772,6	523,4	+47,6
Aufgegebener Geschäftsbereich	28,6	82,2	-65,2
Summe der Segmente	801,2	605,6	+32,3
Nettovorauszahlungen auf			
Flugzeugbestellungen	202,5	48,7	+315,8
Finanzinvestitionen	122,6	75,7	+62,0
Desinvestitionen (ohne			
Abgangserlöse Hotelbeds)	-54,4	-95,2	+42,9
Nettosach- und Finanzinvestitionen	1.071,9	634,8	+68,9

Die Investitionen in sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen betragen im Berichtsjahr 801,2 Mio. € und lagen damit um 32,3 % über dem Wert des Vorjahres.

Die Investitionen betrafen im Berichtsjahr insbesondere den Erwerb und die Renovierung der Marella Discovery 2, die Errichtung von Hotels, insbesondere in der Karibik, in Mexiko sowie im Mittelmeerraum, die Einführung und Harmonisierung von 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. €	2017	2016
Investitionen (Capex)	801,2	605,6
Finanzierungsleasing	136,0	315,5
Geleistete Anzahlungen	247,8	91,8
Zugänge innerhalb der zur Veräußerung bestimmten Vermögenswerte	-28,6	-20,6
Sonstige nicht zahlungswirksame Veränderungen	3,5	-
Zugänge zu sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	1.159,9	992,3

Abschreibungen (+)/Zuschreibungen (-) auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sach- und Finanzanlagen und Umlaufvermögen

Mio. €	2017	2016	Veränderung in %
Hotels & Resorts	130,8	95,0	+37,7
Kreuzfahrten	57,3	45,9	+24,8
Quellmärkte	111,9	115,7	-3,3
Region Nord	69,0	67,6	+2,1
Region Zentral	20,3	22,3	-9,0
Region West	22,6	25,8	-12,4
Übrige Touristik	86,6	61,1	+41,7
Touristik	386,6	317,7	+21,7
Alle übrigen Segmente	77,8	89,3	-12,9
TUI Group	464,4	407,0	+14,1
Aufgegebener Geschäftsbereich	-	70,9	n.a.
Summe der Segmente	464,4	477,9	-2,8

Investitionsverpflichtungen**BESTELLOBLIGOS**

Am Bilanzstichtag bestanden aufgrund von Vereinbarungen, die im Geschäftsjahr 2017 oder in Vorjahren abgeschlossen wurden, Bestellobligos für Investitionen in Höhe von insgesamt 4.164,5 Mio. €, davon betrafen 733,0 Mio. € geplante Auslieferungen im Geschäftsjahr 2018.

Zum Bilanzstichtag bestand das Orderbuch für Flugzeuge aus 74 Flugzeugen (vier B787 und 70 B737), die bis zum Ende des Geschäftsjahres 2023 ausgeliefert werden sollen. Für das Geschäftsjahr 2018 ist die Auslieferung von sieben Flugzeugen (fünf B737 MAX und zwei B787-9) vorgesehen.

Weitere Erläuterungen enthält der Abschnitt Sonstige finanzielle Verpflichtungen im Anhang zum Konzernabschluss.

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 jüngsten 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.

Über unser Risikomanagement-System sowie die wesentlichen Risiken, die mit unserer Geschäftstätigkeit, den Geschäftsbeziehungen und unseren Dienstleistungen verknüpft sind, berichten wir ausführlich in unserem Risikobericht ab Seite 30.

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.

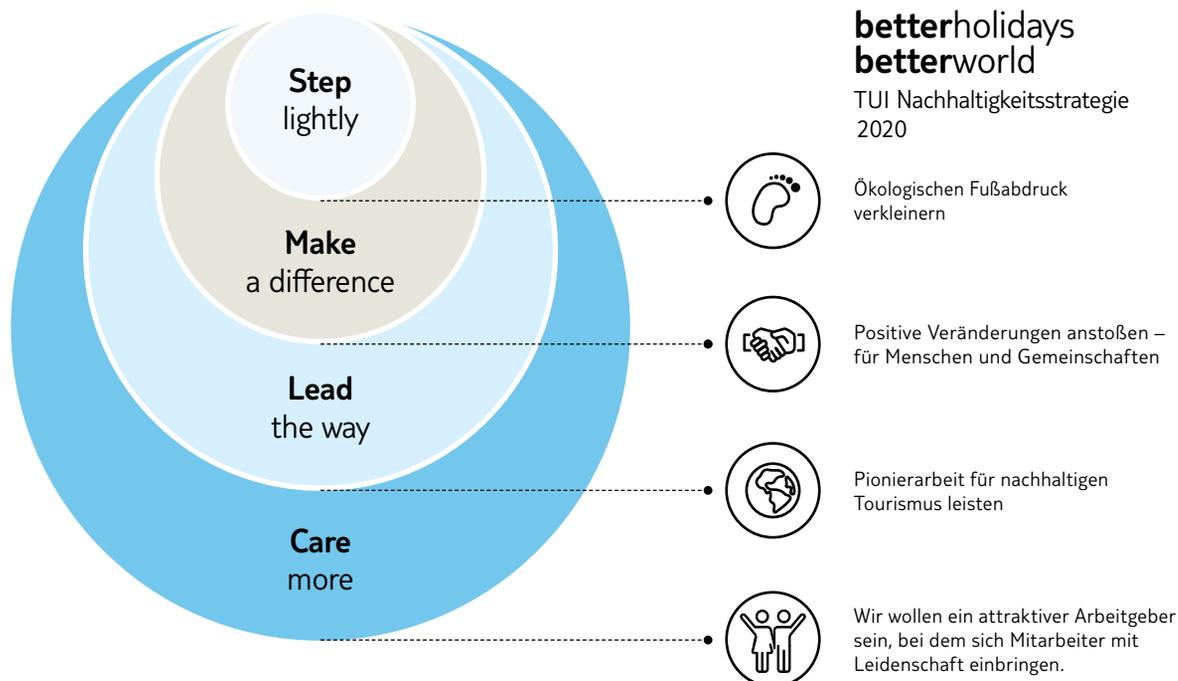
⊕ *Methodikpapier Nachhaltigkeitsreporting unter:*
www.tuigroup.com/de-de/nachhaltigkeit/berichterstattung

Geschäftsmodell

Das Geschäftsmodell der TUI Group ist in diesem Geschäftsbericht ab Seite 20 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 Handlungsfelder:

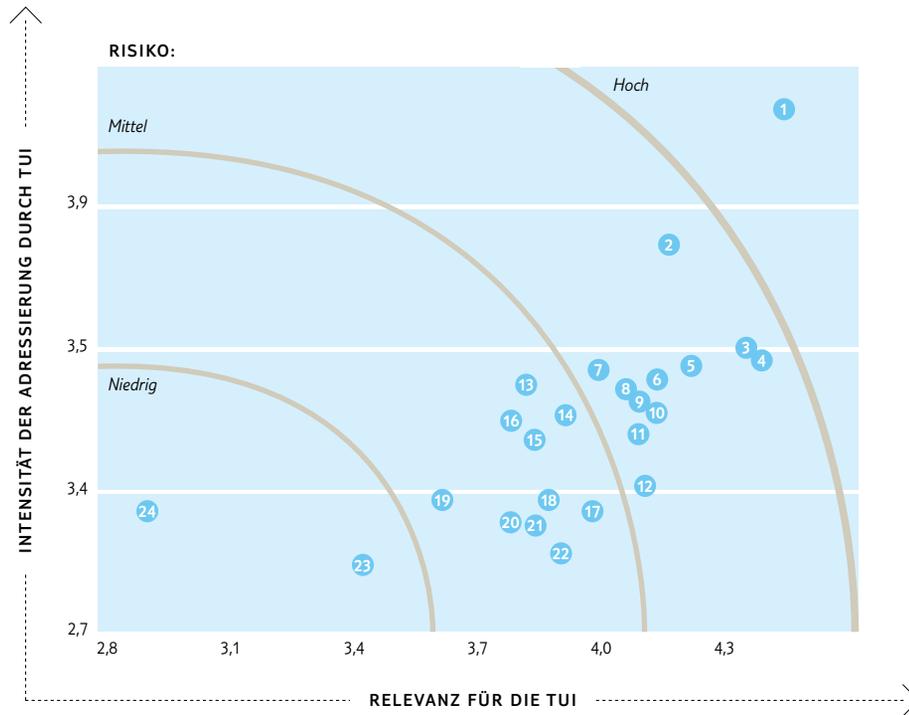
- **Step Lightly** – Ökologischen Fußabdruck verkleinern. Wir werden bis zum Jahr 2020 die emissionseffizientesten Airlines Europas betreiben und die CO₂-Intensität unserer Geschäftstätigkeit um 10 % senken.
- **Make a Difference** – Positive Veränderungen anstoßen. Wir werden, bis zum Jahr 2020 jährlich 10 Mio. nachhaltigere* Urlaubsreisen anbieten, damit mehr Menschen vor Ort von den Vorteilen des Tourismus profitieren.
- **Lead the Way** – Pionierarbeit für nachhaltigen Tourismus leisten. Mit Unterstützung der TUI Care Foundation soll bis zum Jahr 2020 das jährliche Fördervolumen für gemeinnützige Projekte auf zehn Millionen Euro anwachsen.
- **Care More**. Wir verpflichten uns, bis 2020 den Engagement-Index unserer Mitarbeiter auf mehr als 80 Punkte zu steigern.

* 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.

WESENTLICHKEIT

Im Zuge der Entwicklung der „Better Holidays, Better World“-Strategie 2015–2020 hat die TUI Group eine Wesentlichkeitsbeurteilung durchgeführt. Anhand qualitativer und quantitativer Methoden wurde Feedback von einer Vielzahl von Stakeholdern zu den in der nachstehenden Matrix dargestellten Themen eingeholt. Neben ausführlichen Interviews mit ausgewählten Stakeholdern umfasste der Prozess auch eine Umfrage, bei der Teilnehmer aus fünf europäischen Märkten gebeten wurden, 24 wesentliche Themen zu priorisieren.

Stakeholderbefragung



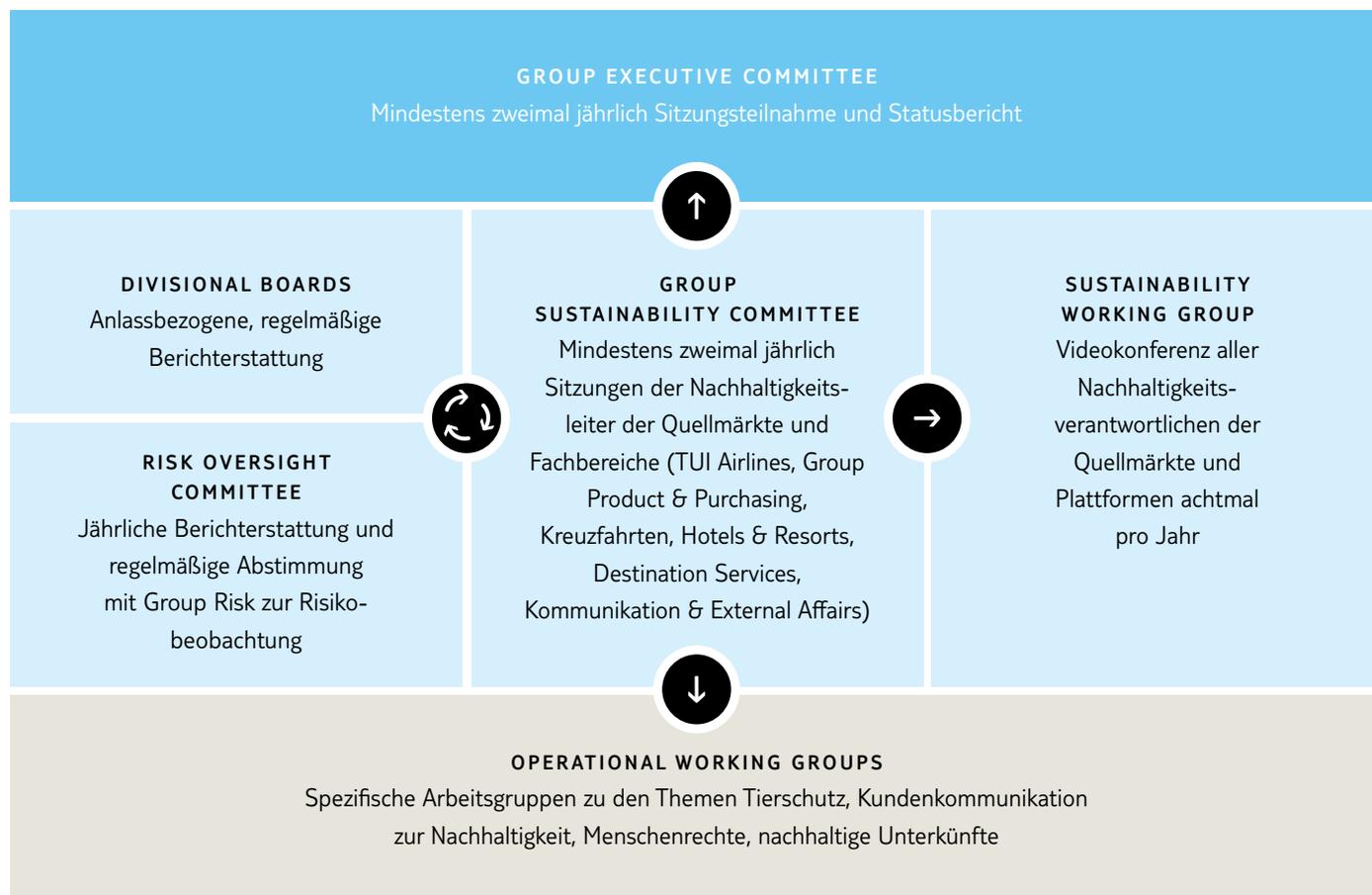
- 1 Sicherheits- und Krisenmanagement
- 2 Compliance
- 3 Soziale Verantwortung für Mitarbeiter
- 4 Kinderschutz
- 5 Klimaschutz
- 6 Gästesensibilisierung
- 7 Abfallmanagement
- 8 Wasserversorgung
- 9 Entwicklung nachhaltiger Produkte
- 10 Engagement in den Urlaubsgebieten
- 11 Corporate Governance
- 12 Menschenrechte
- 13 Biodiversität
- 14 Energieeinsatz
- 15 Abwasserbehandlung
- 16 Stakeholder Management
- 17 Landschaft/Bebauung
- 18 Supply Chain Management
- 19 Diversity Management/Vielfalt
- 20 Demografische Entwicklung
- 21 Innovationsmanagement/Neue Technologien
- 22 Personalentwicklung
- 23 Förderung des Bildungssystems
- 24 Förderung von Kunst und Kultur

NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT

Ein Team erfahrener Nachhaltigkeitsexperten arbeitet eng mit Führungskräften auf Konzern- und Geschäftsbereichsebene zusammen, um sicherzustellen, dass die Geschäfts- und die Nachhaltigkeitsstrategien aufeinander

abgestimmt sind. Das Nachhaltigkeitsteam engagiert sich für die nachhaltige Ausrichtung der Geschäftstätigkeit im Konzern und entlang der Lieferkette. Die TUI Care Foundation wird im Rahmen der Projektarbeit umfassend unterstützt.

Nachhaltigkeitsmanagement-Verankerung



NACHHALTIGKEITSINDIZES

Die TUI AG ist in den Nachhaltigkeitsindizes FTSE4Good, STOXX Global ESG Leaders Index und im Ethibel Investment Register vertreten. In 2017 wurde TUI von RobecoSam mit der Auszeichnung „Gold Class“ in das Sustainability Yearbook aufgenommen. Bei CDP Climate Change wird TUI in Anerkennung des Engagements für Klimaschutz als „Leader“ gelistet.

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 und die Verringerung negativer Umweltauswirkungen sind nicht nur für den Erfolg unseres Unternehmens von Interesse, sondern auch für den zukünftigen Erfolg der Reise- und Touristikbranche.

Auf lokaler Ebene stehen wir vor weiteren Herausforderungen beim Umweltschutz. So wird Trinkwasser in einigen Destinationen in den nächsten Jahren zum kostbaren Gut. Auch für die durch den Tourismus erzeugten Abfälle müssen auf Destinationsebene verstärkt Entsorgungskonzepte entwickelt werden.

Im Geschäftsjahr 2017 betragen die absoluten CO₂-Emissionen 7.556.457 Tonnen. Wir werden den Schritt hin zu einer klimafreundlicheren Wirtschaft aktiv begleiten, deshalb engagieren wir uns, die CO₂-Intensität unserer Geschäftstätigkeit zu reduzieren. Langfristig sind entschlossene Maßnahmen gegen den Klimawandel für unsere gesamte Branche von entscheidender Bedeutung. Wir möchten unseren Kunden weiterhin unvergleichliche Urlaubserlebnisse bieten. Dafür sind wir auf wohlbehaltene und artenreiche Destinationen, intakte Gemeinden und stabile Wettersysteme angewiesen.

Kohlendioxidemissionen (CO₂)

t	2017	2016	Veränderung in %
Airlines & Flug	6.115.492	5.842.427	+4,7
Hotels	507.230	510.719	-0,7
Kreuzfahrten	815.582	686.791	+18,8
Verwaltungsgebäude und Reisebüros	29.511	32.617	-9,5
Gästebeförderung (Land)	15.388	17.751	-13,3
Scope 3 (Sonstige)	73.254	71.713	+2,1
Gesamt	7.556.457	7.162.018	+5,5

Im Geschäftsjahr 2017 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 Kreuzfahrten um 18,8% ist vornehmlich auf die Indienststellung weiterer Schiffe zurückzuführen: der von TUI Cruises betriebenen Mein Schiff 6 und der von Marella Cruises (vormals Thomson Cruises) betriebenen Marella Discovery 2. Außerdem erfolgte im Geschäftsjahr erstmals eine ganzjährige Betrachtung der Mein Schiff 5 und der Marella Discovery.

Der Rückgang von CO₂-Emissionen im Bereich Verwaltungsgebäude und Reisebüros ist auf Energiesparmaßnahmen, Umstrukturierungsmaßnahmen und getätigte Veräußerungen zurückzuführen. Die durch unsere landseitige Gästebeförderung verursachten Emissionen gingen deutlich zurück, u.a. durch einen effizienteren Energieeinsatz und die Veräußerung von Spezialveranstaltern.

Energieverbrauch der Geschäftsbereiche

MWh	2017
Airlines und Flug	24.940.489
Hotels	1.420.438
Kreuzfahrten	3.077.062
Verwaltungsgebäude/Reisebüros	91.422
Bodentransport	61.697
Gesamt	29.591.108

Zur Ausweitung 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.

Unser CO₂-Managementprogramm umfasst Emissionen, die durch Flüge, Hotels, Kreuzfahrten, unsere Verwaltungsgebäude und Reisebüros sowie die landseitige Gästebeförderung verursacht werden.

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

KLIMASCHUTZ UND RESSOURCENEFFIZIENZ DER TUI AIRLINES

Schon heute betreiben wir eine der emissionseffizientesten Airline-Flotten Europas und bemühen uns kontinuierlich um weitere Verbesserungen. Im Airline-Ranking 2017 der Klimaschutzorganisation atmosfair wurden TUI Airways (vormals Thomson Airways) und TUIfly Deutschland mit den Plätzen 1 und 2 im Bereich der effizientesten Charter-Airlines ausgezeichnet.

TUI Airlines haben zahlreiche Maßnahmen eingeleitet, um die CO₂-Effizienz weiter zu steigern. Neben der kontinuierlichen Erneuerung der Flugzeugflotte unterstützen folgende Maßnahmen unsere Effizienzziele:

- 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 Karbonbremsen und Optimierung der mitgeführten Wassermenge
- Optimierung der Flugplanung, z. B. Optimierung der Entfernung zum Ausweichflughafen sowie der mitgeführten Treibstoffmenge
- Umsetzung eines Treibstoffmanagementsystems zur Verbesserung der Treibstoffanalyse, Identifizierung weiterer Chancen und Nachverfolgung von Einsparungen

Bei der Einführung von Umweltmanagementsystemen nach der international anerkannten Norm ISO 14001 nehmen die TUI Airlines eine Vorreiterrolle ein. Im Berichtsjahr war jede unserer fünf Veranstalterairlines und somit 95% unserer Flotte nach ISO 14001 zertifiziert.

Das TUI Aviation „Environment & Fuel-Team“ ist für die Harmonisierung des Treibstoff- und Umweltmanagements unserer Airlines verantwortlich. Zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele der TUI Group werden Projekte, Initiativen und Reportingprozesse übergreifend etabliert.

TUI Airlines – Treibstoffverbrauch und resultierende Emissionen

		2017	2016	Veränderung in %
Spezifischer Treibstoffverbrauch	l/100 pkm*	2,65	2,65	-0,1
Kohlendioxidemissionen (CO ₂) – absolut	t	5.571.719	5.277.065	+5,6
Kohlendioxidemissionen (CO ₂) – spezifisch	kg/100 pkm*	6,67	6,68	-0,1

* pkm = Passagierkilometer.

TUI Airlines – CO₂-Intensität

		2017	2016	Veränderung in %	g CO ₂ e/pkm*
TUI Airline-Flotte	g CO₂/pkm*	66,7	66,8	-0,1	67,4
Corsair International	g CO ₂ /pkm*	84,3	82,4	+2,3	85,1
TUI Airways	g CO ₂ /pkm*	63,4	63,8	-0,6	64,0
TUIfly Belgien	g CO ₂ /pkm*	71,5	71,4	+0,1	72,2
TUIfly Deutschland	g CO ₂ /pkm*	63,5	64,4	-1,4	64,1
TUIfly Niederlande	g CO ₂ /pkm*	65,2	64,1	+1,7	65,9
TUIfly Nordic	g CO ₂ /pkm*	61,3	61,4	-0,2	62,0

* 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-downloads

Der spezifische CO₂-Ausstoß unserer Airlines ging im Geschäftsjahr 2017 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 im Anstieg des spezifischen CO₂-Wertes der Airline aus.

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

KLIMASCHUTZ UND RESSOURCENMANAGEMENT IM KREUZFAHRTSEGMENT

In 2017 hat TUI Cruises die Mein Schiff 6 in Dienst gestellt. Durch eine Kombination modernster Technologien erzielen die Schiffsneubauten 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.

⊕ *TUI Cruises-Umweltbericht unter:*
www.tuicruises.com/nachhaltigkeit/umweltbericht/

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

durchschnittliche Schwefelgehalt im Treibstoff betrug im Berichtszeitraum 1,25 %.

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 2017 legte TUI Cruises einen Schwerpunkt auf das Thema Lebensmittelabfälle. Ein von der Brancheninitiative Futouris unterstütztes Projekt wurde unter dem Titel „Reduzierung von Lebensmittelabfällen auf Kreuzfahrtschiffen“ gestartet. Ziel des Pilotprojekts ist es, Maßnahmen zur Reduzierung der Menge an Lebensmittelabfällen einzuführen. Bei dem Projekt werden die Ursachen der Lebensmittelabfälle an Bord der TUI Cruises-Flotte identifiziert und die für die Reduzierung der Abfälle relevanten Prozesse optimiert.

Bei Hapag-Lloyd Cruises werden die Schiffe weiterhin mit neuen Zodiacs ausgestattet. Diese motorgetriebenen Schlauchboote sind mit Torqeedo-Elektromotoren ausgestattet, um Luft- und Lärmemissionen zu reduzieren. Hapag-Lloyd Cruises ist der erste Anbieter im Bereich der Expeditionskreuzfahrten, der diese umweltfreundliche Technologie einsetzt. Alle Hapag-Lloyd-Schiffe verfügen über tributylzinnfreie Unterwasseranstriche, bordeigene Meerwasser-Entsalzungsanlagen und biologische Kläranlagen für das Abwasser. Der Abfall wird entsprechend

internationalen Vorschriften (MARPOL) an Bord getrennt und von Fachbetrieben landseitig entsorgt.

Marella Cruises (vormals Thomson Cruises) setzt auf eine Vielzahl effizienterer Verfahren und Technologien. So wird in bestimmten Situationen komplett auf einen der Motoren verzichtet oder das Schiff driftet, wenn dies die Fahrsituation erlaubt. Dadurch können die Motoren mit ihrer effizientesten Geschwindigkeit laufen. Darüber hinaus wurden an Bord sukzessive neue Einrichtungen in vielen Bereichen von der Wäscherei bis hin zu den Klimaanlage eingebaut. Dadurch wird der Bedarf an Energie, der an Bord entsteht, reduziert. Im Geschäftsjahr 2017 wurde die Marella Dream mit digitalen Motorschmieröl-Steuerungen nachgerüstet, durch die der Schmierstoffverbrauch um 20 % sinkt.

Kreuzfahrten – CO₂-Intensität

	2017	2016	Veränderung in %
kg CO ₂ /Kreuzfahrtpassagier pro Übernachtung	108,0	109,6	-1,5

Im Geschäftsjahr 2017 ging der relative CO₂-Ausstoß im Kreuzfahrtsegment um 1,5 % zurück. Dies war vor allem durch das laufende Flottenenergieeffizienzprogramm, Energieeffizienzmaßnahmen und technologische Verbesserungen bedingt.

Zur Ausweitung der Umweltberichterstattung im Kreuzfahrtsegment weisen wir für das Berichtsjahr auch Kennzahlen für Abfall und Wasser aus. Pro Nacht und Passagier belief sich die Abfallmenge auf 14,7 Liter und der Frischwasserverbrauch auf 161,8 Liter.

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 mit Online-Tools auf die Zertifizierung vorbereiten.

TUI Hotels waren in 2017 an zahlreichen Nachhaltigkeitsprojekten und -initiativen beteiligt:

Im März 2017 wurde „Il Castelfalfi – TUI Blue Selection“ in der Toskana eröffnet. Das Resort verkörpert die Neubelebung des historischen Orts Castelfalfi in der Toskana unter größtmöglicher Beibehaltung der ursprünglichen Architektur bei gleichzeitiger Einführung moderner Systeme

und Technologien. Das Resort verfügt über ein Biomassekraftwerk, das jährlich etwa 3,5 Tonnen Biomasse, die vom Hotelgelände stammen wird, verbraucht. Dadurch soll der Bedarf an Brennstoffen um 95 % gesenkt werden, sodass das Resort praktisch autark wird und nur eine kleine Menge an Brennstoffen für Notfälle vorhalten muss.

Das TUI „Product & Purchasing“-Team hat eine umfassende Überprüfung von zwei Umbau- und Renovierungsmaßnahmen in Kroatien durchgeführt. Ziel war es zu verstehen, wie ökologische und soziale Nachhaltigkeitserwägungen in die Planung, das Design, den Bau und die Eröffnung von Renovierungs- und Neubauprojekten sowie den laufenden Betrieb einbezogen werden können. Ergebnisse der Untersuchung wurden weiteren Hotelpartnern zur Verfügung gestellt. Außerdem wurden Verbesserungsbereiche für alle künftigen Neubau- oder Renovierungsprojekte identifiziert.

Hotels – CO₂-Intensität

	2017	2016	Veränderung in %
kg CO ₂ /Übernachtung	9,4	10,1	-6,3

Der spezifische CO₂-Ausstoß der TUI Hotels & Resorts sowie der internationalen Konzepte ging um 6,3 % zurück. Hier wirkten sich die durchgeführten Effizienzmaßnahmen positiv aus.

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 auf 2,3 kg im Geschäftsjahr 2017.

Hotels – relativer Wasserverbrauch*

	2017	2016	Veränderung in %
l/Übernachtung	531	544	-2,3

* Einschließlich Wasser für häusliche Nutzung, Pools und Bewässerungszwecke.

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

Sozialbelange und Zusammenarbeit mit den Destinationen

Tourismus kann starke positive Effekte entfalten. Er ermöglicht wirtschaftliche Entwicklung und fördert interkulturelle Verständigung und Toleranz. Uns ist allerdings bewusst, dass Reisen und Tourismus auch unbeabsichtigte negative Folgen haben können.

Wir sind auf prosperierende Gemeinschaften angewiesen, um unsere Kunden in den Destinationen begrüßen zu können. Daher ist es wichtig, dass die Vorteile des Tourismus der lokalen Bevölkerung zugutekommen – in Form von Arbeitsplätzen und Bildungschancen sowie des Schutzes der Menschenrechte entlang unserer Wertschöpfungskette.

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

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 Verpflichtung, nachhaltigere Urlaubsreisen anzubieten, spielen Zertifizierungen eine entscheidende Rolle. Diese bieten eine glaubwürdige Möglichkeit nachzuweisen, dass unsere Hotels bei sozialen und ökologischen Fragen weiter gehen als ihre 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. Es zielt darauf ab, Gästen einen authentischen Eindruck von der besuchten Destination zu vermitteln. Die Ausflüge gibt es seit 2014, und sie werden heute von nahezu allen unseren Veranstaltern angeboten. Jeder Ausflug im Rahmen des Collection-Programms muss exklusiv im Angebot der TUI sein und bestimmte Nachhaltigkeitskriterien erfüllen. Es ist nachzuweisen, dass die Bevölkerung vor Ort von dem Ausflug profitiert und dessen Umweltauswirkungen minimiert worden sind. Im Geschäftsjahr 2017 nahmen 1.024.000 Gäste an Ausflügen des TUI-Collection-Programms teil. Das entspricht einem Zuwachs von 21 % gegenüber dem Vorjahr.

Nachhaltigere Urlaubsreisen

	2017	2016	Veränderung in %
Kunden in GSTC-zertifizierten Hotels (in Mio.)	8,3	6,3	+31,1
Anzahl der nach GSTC-Standard zertifizierten Hotels	1.220	1.170	+4,3
Verhältnis GSTC-zertifizierter Hotels bei TUI Hotels	76	74	+2*
Anzahl TUI Collection-Ausflüge	1.024.000	846.000	+21,07

* Veränderung ist in Prozentpunkten angegeben.

Im Geschäftsjahr 2017 stieg die Anzahl von Gästen, die in einem nach einem vom GSTC anerkannten Standard zertifizierten Hotel übernachteten, um 31,1 % auf 8,3 Mio. Auch der Anstieg der zertifizierten Hotels um 4,3 % auf 1.220 trug dazu bei. Dieser Anstieg resultiert maßgeblich aus verbesserten und angepassten Berichtsprozessen sowie der Berücksichtigung von Riu-Gästen, die außerhalb der TUI Reiseveranstalter buchten.

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 Handelsverbänden zusammen.

TUI CARE FOUNDATION

Wir wirken an Projekten in aller Welt mit, die die lokale Bevölkerung unterstützen und negative Umweltauswirkungen reduzieren. Dabei fokussieren wir uns nach Möglichkeit auf die Destinationen, in die die meisten Kunden mit uns reisen und in denen wir aus unserer Sicht die stärksten positiven Beiträge leisten können.

- 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.

➔ Weitere Informationen über die TUI Care Foundation finden Sie im Magazin, S. 54/55, und unter: www.tuicarefoundation.com

Im Laufe des Geschäftsjahres 2017 hat sich die unabhängige TUI Care Foundation weiterentwickelt und mit Urlaubsländern insbesondere in drei Bereichen zusammengearbeitet: Bildungs- und Ausbildungsinitiativen für junge Menschen, Schutz von Natur und Umwelt sowie Förderung nachhaltiger Einkommensquellen in sich entwickelnden Destinationen.

PROJEKTE MIT MEHREREN STAKEHOLDERN IN DEN DESTINATIONEN

Im Berichtsjahr engagierte sich die TUI Care Foundation mit Hilfe ihrer Projektpartner in einer Reihe von Gemeinschaftsprogrammen in Urlaubsdestinationen wie z.B. Kroatien und den Kapverden.

In Kroatien wächst der Tourismus rasch an und macht mehr als ein Fünftel des jährlichen BIP aus. Um das nachhaltige Wachstum des Tourismus in Kroatien zu unterstützen, beteiligt sich TUI an einem lokalen Stakeholder-Projekt, das lokale Einwohner und Branchenpartner in der Region Split-Dalmatien zusammenführt, wo zwei renovierte Viersternehotels eröffnet wurden. Ein Schulungsprogramm wurde aufgelegt, um es 20 lokalen Unternehmen zu ermöglichen, ihre lokale Geschäftstätigkeit zu stärken. Viele der Projektteilnehmer engagierten sich aktiv, um ihre Produkte für Touristen und Hotels zielgerichteter zu gestalten. Dies wurde zudem durch TUI Mitarbeiter vor Ort unterstützt. Eine stärkere Verzahnung von Hotels und lokalen Gemeinden wird engagiert betrieben.

Auf den Kapverden spielt der Tourismus eine äußerst wichtige Rolle für die wirtschaftliche Entwicklung. 38% der Erwerbstätigen sind in diesem Sektor beschäftigt, der 40% des BIP ausmacht. Das rasche Wachstum bringt jedoch verschiedene Herausforderungen mit sich: Schutz der Umwelt; Sicherstellen, dass lokale Unternehmen und Einwohner vom Tourismus profitieren können, und die Unterstützung lokaler Unternehmer, Handwerker und Kunsthandwerker. Mit Unterstützung der TUI richtete die TUI Travel Foundation in 2013 einen Stakeholder-Rat in der Destination ein, um die Auswirkungen des Tourismus besser steuern zu können. Die TUI Care Foundation unterstützt konkrete Projekte, die sich auf die Bereiche Wasser, Abfall, saubere Strände und lokales Kunsthandwerk beziehen.

ZUKUNFTSCHANCEN FÜR JUNGE MAROKKANER

Um jungen Marokkanerinnen und Marokkanern neue Zukunftschancen zu eröffnen und umweltfreundliche Mobilität zu fördern, hat die TUI Care Foundation 2017 eine Zusammenarbeit mit der niederländischen Nichtregierungsorganisation Pikala ins Leben gerufen. Pikala bietet 90 jungen Marokkanerinnen und Marokkanern eine Ausbildung zum Fahrrad-Touristenführer in ihrer Heimatstadt, vermittelt ihnen umfangreiches Wissen rund um die Fahrradtechnik und führt sie in die Grundlagen unternehmerischer Selbstständigkeit ein. 36 Teilnehmer des Programms werden im Rahmen ihrer Ausbildung direkt bei Pikala angestellt. Pikala legt einen Schwerpunkt auf die Förderung von Frauen im Rahmen des Programms.

Gemeinnützige Projekte

Mio. €	2017	2016	Veränderung in %
Spenden für Nachhaltigkeits-/ gemeinnützige Projekte	7,3	6,6	+10,0

Die Summe, die im Geschäftsjahr 2017 für Nachhaltigkeitsprojekte und zur Förderung gemeinnütziger Projekte zur Verfügung stand, stieg um 10% auf 7,3 Mio. €. Dieser Anstieg ist im Wesentlichen auf den Ausweis von Spendengeldern von Riu in den Werten des Geschäftsjahres 2017 zurückzuführen.

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 in 2017 besonders engagiert.

⊕ Erklärung zum Modern Slavery Act unter:
<http://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 eine Reihe von 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 einem kontinuierlichen Prozess der Analyse potenzieller Risiken hinsichtlich der Einhaltung der Menschenrechte befasst. Im April 2017 veröffentlichte die TUI Group ihre in Großbritannien gesetzlich vorgeschriebene Erklärung „Modern Slavery Act Statement“.

VERHALTENS- UND LIEFERANTENKODEX

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. Alle Mitarbeiter weltweit haben Zugang zu einem vertraulichen Meldeweg, der es ihnen ermöglicht, Bedenken zu möglichen Fällen illegalen oder unethischen Verhaltens ohne Angst vor Repressalien direkt an einen Konzernmitarbeiter zu melden. Insbesondere werden unsere Mitarbeiter ermutigt, etwaige Bedenken zu Themen wie Menschenrechtsverletzungen zu melden. Group Legal Compliance geht den über die Hotline gemeldeten Fällen nach und gewährleistet ein kontinuierliches Bewusstsein der Mitarbeiter durch E-Mails, Newsletter-Updates, Websites, E-Learning-Angebote und Plakate an hoch frequentierten Stellen.

Unser Verhaltenskodex für Lieferanten setzt Mindeststandards, die wir von unseren Lieferanten und deren Mitarbeitern, Subunternehmern, Agenten und Tochtergesellschaften während ihrer Arbeit für oder im Namen von TUI erwarten. Der Kodex umfasst u. a. Hinweise zur Achtung der Menschenrechte und des Arbeitsrechts, zur Ermittlung von Bestechungs- und Korruptionsrisiken, zur Erkennung negativer Umweltauswirkungen und zur Unterstützung des Gemeinwohls. TUI war

Vorreiter in der Reise- und Tourismusbranche bei der Einführung eines Lieferantenkodex für Standards und Anforderungen an Dritte.

Unser Verhaltenskodex für Lieferanten umfasst ein Verbot von Zwangsarbeit und unfreiwilliger Arbeit. Er fordert, dass Lieferanten nicht

- jemanden gegen seinen Willen beschäftigen,
- mit Menschen handeln oder sich die Arbeitskraft von Sklaven, Zwangsarbeitern oder Personen in Schuldknechtschaft zunutze machen,
- von den Arbeitnehmern verlangen, dass diese staatlich ausgestellte Ausweise, Reisepässe oder Arbeitserlaubnisse als Bedingung für die Beschäftigung aushändigen, oder
- von den Arbeitnehmern verlangen, übermäßig hohe Kosten für die Arbeit auf sich zu nehmen. Das heißt, wenn Arbeitnehmer im Zusammenhang mit dem Erhalt einer Beschäftigung eine Gebühr zahlen und in Verbindung mit der Einstellung, Bearbeitung oder Vermittlung von direkten Mitarbeitern oder Leiharbeitern Ausgaben übernehmen müssen, sind die Lieferanten für die Zahlung der Gebühren und Ausgaben verantwortlich, die über einen tragbaren Anteil des Gehalts eines Arbeitnehmers hinausgehen (als Richtwert gilt ein voraussichtliches Nettomonatsgehalt des Arbeitnehmers).

Der Kodex legt auch Details zu folgenden Bereichen fest: allgemeine Rechte der Arbeitnehmer, Kinderarbeit, Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung, Menschenhandel, Bekämpfung von Diskriminierung, Arbeitszeit und Vergütung.

Unsere Reiseveranstalter haben in ihre Verträge mit unseren größten Lieferantengruppen – den Hotelpartnern – ökologische und soziale Anforderungen aufgenommen: die „Nachhaltigkeitsanforderungen für Hotelanbieter“. Wir haben diese Anforderungen geprüft, um dafür zu sorgen, dass sie Menschenrechte ausreichend mit abdecken, insbesondere im Hinblick auf Zwangsarbeit und Menschenhandel. Diese Anforderungen finden sich auch in unseren Vereinbarungen mit den Zielgebietsagenturen wieder. Aktuell passen wir diese Anforderungen an weitere Bereiche unserer Lieferkette an.

Wir erwarten von unseren Hotelanbietern, sich einer vom Global Sustainable Tourism Council (GSTC) anerkannten Nachhaltigkeitszertifizierung durch Dritte zu unterziehen. Die vom GSTC anerkannten Systeme zertifizieren höchste Standards in den Bereichen Menschenrechte, Schutz von Kindern und Gemeinwohl in der Tourismusbranche.

Wir arbeiten eng mit dem Zertifizierungsprogramm Travelife zusammen und waren an der Entwicklung neuer, weiter gefasster Kriterien beteiligt. Bei der Überarbeitung der Kriterien wurden u. a. die Grundsätze des Grundkodex der Ethical Trading Initiative (ETI) zur Stärkung der Menschenrechtselemente des Audit-Prozesses aufgenommen.

➔ Weitere Informationen zum Thema Hotelzertifizierung auf Seite 79

SCHULUNGSMASSNAHMEN ZUM SCHUTZ VON KINDERN

Wir führen für alle Kollegen, die für TUI Destination Services tätig sind, regelmäßig Schulungen zum Thema Kinderschutz durch. So können diese zielgerichtet handeln, sollte ein möglicher Fall eintreten. Aktuell schulen

wir spezifische Kollegengruppen zum Thema „Menschenrechte und moderne Sklaverei“, darunter Reiseleiter und Einkäufer in Destinationen mit erhöhtem Risiko.

Kinderschutz-Trainings

	2017
Durchgeführte Kinderschutz-Trainings für Mitarbeiter	2.585

Die TUI Airways (ehemals Thomson Airways) Crew durchläuft im Rahmen ihrer Einarbeitung eine Schulung zum Thema „Gefährdete Kinder & Menschenhandel“. Hierbei werden Inhalte vermittelt, wie Fälle von Menschenhandel erkannt werden können und was in einem solchen Fall zu tun ist. Die TUI Fluggesellschaften werden die Schulungsprogramme ausweiten.

Unsere Mitarbeiter

Qualifizierte und engagierte Mitarbeiter sind für die TUI eine wichtige Voraussetzung für langfristigen Erfolg. Ein Schwerpunkt unserer globalen HR-Strategie liegt daher darauf, Talente zu gewinnen, zu fördern und durch attraktive Arbeitsbedingungen langfristig zu halten.

Unsere Unternehmenswerte „Trusted“, „Unique“ und „Inspiring“ werden durch unsere Mitarbeiter verkörpert und sind neben unserer Vision und unserem Kundenversprechen die Grundlage unserer Haltung und unseres Handelns. Durch unterschiedliche Maßnahmen wurden unsere Unternehmenswerte im zurückliegenden Geschäftsjahr weiter in unserem täglichen Handeln verankert.

Seit diesem Geschäftsjahr ist HR ein fester Bestandteil und eine strategische Säule der Nachhaltigkeitsstrategie der TUI Group. Unter dem Titel „Better Holidays, Better World“ umfasst das nachhaltige Engagement nun vier große Handlungsfelder: Neben „Step Lightly“, „Make a Difference“ und „Lead the Way“ zählt nun auch „Care More“ dazu.

Unsere strategischen HR-Kernbereiche haben wir bereits im letzten Jahr definiert und sie wurden in diesem Berichtsjahr konsequent weiterverfolgt. Innerhalb der fünf Kernbereiche (Engagement, Leadership, People Development, Organisational Effectiveness und HR Function Development) wurden 15 strategische Projekte wie z. B. oneShare, Employer Branding, Diversity@TUI, TUIgether oder Global 60 initiiert. Um den Fortschritt und den Erfolg dieser Projekte zukünftig messen zu können, wurden in diesem Geschäftsjahr entsprechende KPIs festgelegt. Ein Reporting befindet sich derzeit im Aufbau. Ziel ist, über den aktuellen Status sowie die Nachhaltigkeit der Projekte dem Management und dem Aufsichtsrat zu berichten und entsprechende Maßnahmen abzuleiten.

HR-STRATEGIE-PROJEKTE

ONESHARE

Mit oneShare haben Mitarbeiter in 18 Ländern Europas und langfristig weltweit die Möglichkeit, Aktien aus einem gemeinsamen Mitarbeiteraktienprogramm zu zeichnen. Bislang gab es zwei getrennte

Beteiligungsprogramme in Großbritannien und in Deutschland. TUI bot im Rahmen der Einführung den Mitarbeitern in diesem Geschäftsjahr zweimal die Möglichkeit, sich am Unternehmen zu beteiligen. Insgesamt lag die Teilnahmequote bei 12,7 % und hat damit unsere Erwartung im Einführungsjahr deutlich übertroffen. Dies zeigt, dass unsere Mitarbeiter langfristig Vertrauen in die TUI haben.

EMPLOYER BRANDING

Als ein Projekt der HR-Strategie wurde in diesem Geschäftsjahr eine neue Employer Branding-Kampagne entwickelt. Diese wird sukzessive in insgesamt 14 Märkten ausgerollt. Als erster Quellmarkt hat Deutschland die Kampagne bereits im Sommer voll umgesetzt. Mit Illustrationen rund um die Zukunft des Reisens tritt die TUI Group nun einheitlich als Arbeitgebermarke auf. Der neugestaltete Auftritt präsentiert die TUI Group als idealen Arbeitgeber für alle, die die Zukunft des Reisens mitgestalten wollen. Das Motto des neuen Auftritts: „Unsere Mitarbeiter machen uns zur Nummer eins.“ Ein besonderer Fokus wurde bei der Neukonzeption auf das Thema Digitalisierung gelegt. Dabei wurden alle

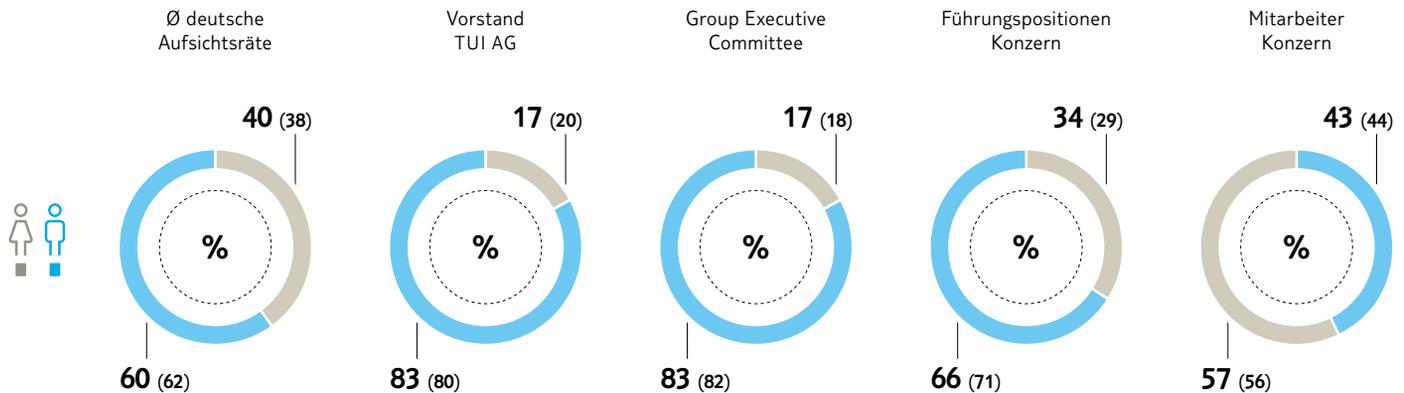
Kanäle, auf denen zukünftige Bewerber sich über Job-Angebote der TUI Group informieren, umgestellt. Neben den klassischen Anzeigen in Zeitungen oder Magazinen gehören hierzu auch Plakate und Social Ads für Xing, LinkedIn oder Facebook.

DIVERSITY@TUI

Ein wichtiger Schwerpunkt der Aktivitäten im Bereich Diversity zielt auf die Erhöhung des Anteils weiblicher Führungskräfte. Der Anteil von Frauen an der Gesamtbelegschaft blieb zum Bilanzstichtag konzernweit mit 56,6 % nahezu auf Vorjahresniveau. Positiv entwickelt hat sich hingegen der Anteil Frauen in Führungspositionen. Dieser erhöhte sich von 29,4 % auf 34,1 %.

Auch in unseren deutschen Aufsichtsratsgremien hat sich der Frauenanteil im Berichtszeitraum weiterhin positiv entwickelt. Zum Bilanzstichtag 30. September 2017 konnten wir bei der Gesamtbetrachtung einen Frauenanteil von knapp 40 % vorweisen, der damit rund zwei Prozentpunkte über dem des Vorjahres lag.

Frauenanteil



Vorjahreswerte in Klammern

In Deutschland wurden im Geschäftsjahr 2015 im Rahmen der Selbstverpflichtung gemäß den gesetzlichen Bestimmungen des AktG und GmbHG konkrete Zielgrößen für die TUI AG, TUI Deutschland und TUI fly

festgelegt. Im Berichtsjahr haben sich diese auf fast allen Ebenen positiv entwickelt und nahezu alle Zielgrößen wurden erreicht.

→ Siehe auch Erklärung im Corporate Governance-Bericht auf Seite 110

Frauenanteil in Führungspositionen

in %	30.9.2017	30.9.2016	30.6.2017	Zielgröße 30.6.2017
TUI AG				
Aufsichtsrat	35	35	35	30
Vorstand/Geschäftsführung	1 Frau	1 Frau	1 Frau	mind. 1 Frau
Erste Managementebene unterhalb des Vorstands/der Geschäftsführung	18	10	19	20
Zweite Managementebene unterhalb des Vorstands/der Geschäftsführung	24	22	24	30
TUI Deutschland				
Aufsichtsrat	50	50	50	30
Vorstand/Geschäftsführung	25	20	25	20
Erste Managementebene unterhalb des Vorstands/der Geschäftsführung	36	36	38	30
Zweite Managementebene unterhalb des Vorstands/der Geschäftsführung	39	40	39	40
TUI fly				
Aufsichtsrat	33	25	33	30
Vorstand/Geschäftsführung	0	0	0	20
Erste Managementebene unterhalb des Vorstands/der Geschäftsführung	43	40	43	30
Zweite Managementebene unterhalb des Vorstands/der Geschäftsführung	42	44	41	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.

MITARBEITERBEFRAGUNG TUIGETHER

Ein bedeutender Baustein des HR-Strategieprozesses und zur kulturellen Integration ist unsere Mitarbeiterbefragung „TUIgether“, die im Berichtsjahr in 16 Sprachen durchgeführt wurde. Diese Befragung ist ein wichtiger Gradmesser, wo wir stehen, wo wir bereits gut sind und wo wir uns verbessern sollten – mit dem Ziel, zum einen die Unternehmensperformance zu verbessern und zum anderen TUI zu einem noch attraktiveren Arbeitgeber zu machen.

Angefangen mit 66 % in 2015, gestiegen auf 77 % in 2016, gaben uns in diesem Geschäftsjahr 78 % der zur Befragung eingeladenen Mitarbeiter ihr Feedback. Unserem Ziel, eine Rücklaufquote von 80 % zu erreichen, kommen wir somit näher. Die Umfrage erhebt den Engagement Index

der TUI Group, der in diesem Jahr bei einem Wert von 77 liegt und somit gegenüber dem Vorjahr stabil geblieben ist. Damit übertreffen wir auch die globale Norm von 71, die von unserem externen Anbieter Kantar TNS, der die Umfrage für uns durchführt, erhoben wurde. Dies liegt insbesondere an einem klar definierten Nachfolgeprozess, der bis auf Managementebene unterstützt und mitgetragen wird, sowie an den begleitenden Kommunikationskonzepten.

In diesem Jahr wurden zusätzlich zu den bestehenden 13 Fragen sieben neue Fragen aufgenommen. Sie ermöglichen es uns, künftig den Führungsstil der Manager der TUI Group zu analysieren und einen Ausgangswert für unser Leadership-Modell „VIBE“ zu erheben, das aktuell konzernweit ausgerollt wird.

GLOBAL 60

TUI möchte mehr internationale Karrieren anstoßen und Mitarbeiter mit internationaler Erfahrung fördern. Um die Entwicklung zu beschleunigen, bekommen innerhalb eines Jahres 60 TUI Mitarbeiter die Möglichkeit, einen nächsten beruflichen Schritt im Ausland zu machen und den Konzern aus einem anderen Blickwinkel kennen zu lernen. Diese Zielgröße wurde im ersten Jahr mit 64 Teilnehmern übertroffen.

MITARBEITERKENNZAHLEN

Der Mitarbeiterbestand des Konzerns blieb auf Vorjahresniveau. Innerhalb der Segmente zeichneten sich zum Teil gegenläufige Entwicklungen ab.

Mitarbeiter nach Segmenten

	30.9.2017	30.9.2016 geändert	Veränderung in %
Hotels & Resorts	26.313	24.363	+8,0
Kreuzfahrten*	316	298	+6,0
Region Nord	14.196	14.891	-4,7
Region Zentral	10.276	10.183	+0,9
Region West	6.523	5.631	+15,8
Übrige Touristik	7.228	6.131	+17,9
Touristik	64.852	61.497	+5,5
Alle übrigen Segmente	1.725	1.744	-1,1
TUI Group	66.577	63.241	+5,3
Aufgegebene Geschäftsbereiche	–	3.538	n.a.
Summe der Segmente	66.577	66.779	-0,3

*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 8,0% auf 26.313 Mitarbeiter an. Die Inbetriebnahme von neuen Hotelanlagen sowie die Aufnahme von weiteren Destinationen führten zu einem Personalaufbau. Bei der Riu Gruppe stieg die Mitarbeiterzahl um 12,2% auf 12.091. Die Anzahl der Mitarbeiter bei Robinson erhöhte sich um 8,4% auf 3.888 Mitarbeiter. Darüber hinaus wurde die Marke TUI Blue im Berichtszeitraum weiter ausgerollt. Die Anzahl der Mitarbeiter bei den Northern Hotels stieg leicht um 4,2% auf 9.597. Demgegenüber verringerte sich die Anzahl der Mitarbeiter bei den übrigen Hotels um 6,8% auf 737, primär bedingt durch die Reduzierung in der Turcotel Group in der Türkei.

KREUZFAHRTEN

Im Segment Kreuzfahrten stieg die Anzahl der Mitarbeiter im Vergleich zum Vorjahr um 6,0% auf 316 an. Die Erhöhung war in erster Linie auf die Neubauprojekte im Expeditionsbereich sowie auf den Aufbau bei Marella Cruises zurückzuführen.

REGION NORD

Die Region Nord verzeichnete zum Bilanzstichtag eine Reduzierung der Beschäftigten um 4,7% auf 14.196 im Vergleich zum Vorjahr. Dies resultierte im Wesentlichen aus dem organisatorischen Wechsel von TUI Nordic Mitarbeitern zu TUI Destination Services. Dem gegenüber stand ein leichter Anstieg im Bereich Retail und bei der Airline in UK.

REGION ZENTRAL

Die Anzahl der Mitarbeiter blieb in der Region Zentral zum Bilanzstichtag mit 10.276 auf Vorjahresniveau. In Deutschland und Österreich blieb die Beschäftigtenzahl konstant. Geringeren Beschäftigtenzahlen in der Schweiz stand ein Aufbau in Polen gegenüber.

REGION WEST

Der Anstieg der Mitarbeiter in der Region West um 15,8% auf 6.523 war primär auf die Akquisition von Transat in Frankreich und einen Anstieg bei der Airline in Belgien zurückzuführen. Die Mitarbeiterzahl beim Veranstalter in den Niederlanden reduzierte sich zudem geringfügig.

ÜBRIGE TOURISTIK

Im Segment Übrige Touristik erhöhte sich die Beschäftigtenzahl um 17,9% auf 7.228. Dies war im Wesentlichen auf TUI Destination Services und die Erhöhung der Belegschaftszahlen bei der TUI Service AG aufgrund des organisatorischen Wechsels von TUI Nordic Mitarbeitern zurückzuführen. Im Bereich IT lag die Anzahl der Mitarbeiter aufgrund der Verschiebung einer Einheit und eines generellen Aufbaus von IT-Mitarbeitern bei 554 und somit um 27,6% über der des Vorjahres.

ALLE ÜBRIGEN SEGMENTE

Die übrigen Segmente blieben mit 1.725 Mitarbeitern nahezu auf Vorjahresniveau. Im Corporate Center erhöhte sich die Anzahl der Beschäftigten insbesondere durch die Zusammenführung von Konzernfunktionen sowie den Aufbau neuer Funktionen um 23,4% auf 290 Mitarbeiter. Dem gegenüber stand eine Reduzierung von Head Office-Funktionen in UK um 18,5% auf 286 Mitarbeiter. Im Bereich Future Markets lagen die Mitarbeiterzahlen mit 690 Mitarbeitern insgesamt auf Vorjahresniveau.

Mitarbeiter nach Regionen*

	30.9.2017	30.9.2016 geändert	Veränderung in %
Deutschland	10.274	10.132	+1,4
Großbritannien	13.354	13.409	-0,4
Spanien	9.607	8.967	+7,1
Übriges Europa	20.911	19.933	+4,9
Nord- und Südamerika	4.535	3.768	+20,4
Übrige Regionen	7.896	7.032	+12,3
TUI Group	66.577	63.241	+5,3
Aufgegebener Geschäftsbereich	–	3.538	n.a.
Summe der Segmente	66.577	66.779	-0,3

*Übersicht über die Mitarbeiter nach Sitz der Gesellschaft.

Als global tätiger Konzern ist die TUI Group mit ihren Mitarbeitern in mehr als 100 Zielgebieten weltweit vertreten. Rund 81% der Mitarbeiter waren zum Bilanzstichtag in Europa beschäftigt, wobei mit rund 20% ein Großteil der Beschäftigten in Großbritannien tätig war. In Deutschland waren rund 15% aller Mitarbeiter beschäftigt, gefolgt von Spanien mit rund 14%. Der Anstieg der Mitarbeiterzahlen in Nord- und Süd-

amerika, den übrigen Regionen sowie in Spanien ist primär auf Neueröffnungen und Erweiterungen im Hotelbereich zurückzuführen. Der

Erwerb von Transat sowie der Aufbau bei der Airline in Belgien bedingt den Aufbau im übrigen Europa.

Weitere Mitarbeiterkennzahlen

in %	TUI Group		Deutschland	
	30.9.2017	30.9.2016 geändert	30.9.2017	30.9.2016 geändert
Beschäftigungsstruktur				
Mitarbeiter (Anzahl)	66.577	66.779	10.274	10.132
Mitarbeiter, weiblich	56,6	56,0	68,4	68,5
Weibliche Mitarbeiter in Führungspositionen	34,1	29,4	33,9	32,8
Mitarbeiter in Teilzeit, gesamt	17,3	18,8	37,9	36,4
Mitarbeiter in Teilzeit, weiblich	26,2	28,8	47,8	46,2
Mitarbeiter mit befristeten Arbeitsverhältnissen	30,0	33,1	14,2	15,6
Altersstruktur				
Mitarbeiter bis 20 Jahre	5,1	5,3	3,1	2,9
Mitarbeiter, 21 – 30 Jahre	30,1	30,1	20,1	20,0
Mitarbeiter, 31 – 40 Jahre	26,4	27,1	22,9	24,2
Mitarbeiter, 41 – 50 Jahre	23,7	23,9	30,8	31,5
Mitarbeiter über 50 Jahre	14,7	13,6	23,1	21,4
Betriebszugehörigkeit				
Bis 5 Jahre	54,0	54,3	33,6	33,0
6 – 10 Jahre	14,9	15,8	12,8	13,3
11 – 20 Jahre	20,8	20,2	30,8	31,9
21 – 30 Jahre	8,3	7,6	17,9	17,0
Über 30 Jahre	2,0	2,1	4,9	4,8
Ausbildung in Deutschland				
Auszubildende (Anzahl)	–	–	571	569
Auszubildende, weiblich	–	–	79,0	79,3
Ausbildungsquote	–	–	5,6	5,7
Ausbildung im Geschäftsjahr abgeschlossen (Anzahl)	–	–	193	183
Übernahmequote	–	–	73,1	70,5

Personalaufwand

Mio. €	2017	2016	Veränderung in %
Löhne und Gehälter	1.896,4	1.846,7	+2,7
Sozialabgaben	298,9	286,3	+4,4
Altersversorgungsaufwand	161,7	139,0	+16,3
Gesamt	2.357,0	2.272,0	+3,7

Bei der TUI Group besteht das Vergütungspaket aus unterschiedlichen Bestandteilen, die sich an länder- und gesellschaftsspezifische Rahmenbedingungen anlehnen. Je nach Funktion gehören neben einem festen Grundgehalt auch variable Bestandteile dazu, die die individuelle Leistung des einzelnen Mitarbeiters und die nachhaltige Beteiligung der Mitarbeiter an den strategischen Unternehmenszielen fördern. Die Angemessenheit und Marktüblichkeit werden beim Vergütungspaket auch

berücksichtigt. Darüber hinaus hat das Senior Management Aktienoptionsmöglichkeiten und kann somit direkt an der Wertsteigerung des Unternehmens partizipieren.

Der Personalaufwand des TUI Konzerns erhöhte sich im Berichtszeitraum um 3,7% auf 2.357 Mio. €. Der Anstieg der Aufwendungen für Löhne und Gehälter im Vergleich zum Vorjahr resultiert insbesondere aus einer höheren Mitarbeiterzahl in den operativen Bereichen, Tarifierungsmaßnahmen und erhöhten Aufwendungen für Restrukturierungsmaßnahmen, die im Zusammenhang mit dem Erwerb des französischen Reiseveranstalters Transat stehen.

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 zum Beispiel Gruppenverträge abgeschlossen. Mit diesem Angebot können die steuer- und sozialversicherungsrechtlichen Vorteile 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 210 Altersteilzeitverträge insgesamt 9,4 Mio. € im Rahmen eines Kapitalanlagemodells.

ARBEITNEHMERVERTRETUNG

Arbeitnehmervertretungen sind TUI im nationalen ebenso wie im internationalen Umfeld wichtig. Auf betrieblicher sowie auch auf überbetrieblicher Ebene gibt es in der TUI Group eine Vielzahl von Mitbestimmungsgremien. Hierbei handelt es sich um Betriebsräte in den örtlichen Betrieben, Gesamtbetriebsräte in den Unternehmen und um den Konzernbetriebsrat. Die Mitglieder dieser Gremien vertreten die Interessen der Mitarbeiter unseres Konzerns in Deutschland. Sie sorgen über ihre gesetzlichen Beteiligungs- und Initiativrechte für eine interessengerechte Vertretung der Mitarbeiterschaft in allen personalrelevanten Fragen und Projekten und stellen die Einhaltung von Arbeitnehmerrechten, z. B. bei der Umsetzung von Umstrukturierungen, sicher.

Der Konzernbetriebsrat ist das auf oberster Ebene der betrieblichen Mitbestimmung des Konzerns für die Arbeitnehmer in den deutschen Gesellschaften existierende Gremium. Es setzte sich im Geschäftsjahr 2017 aus 27 Vertretern aus 22 Gesellschaften zusammen.

Ein wesentlicher Erfolg für den Konzern war die Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs in der Sache *Erzberger ./. TUI AG* vom 18. Juli 2017 (Az. EuGH vom 18.07.2017: C-566/15). Auf Vorlage des Kammergerichts Berlin hatte der EuGH auf Antrag eines Aktionärs der TUI AG darüber zu entscheiden, ob das deutsche Mitbestimmungsrecht mit dem Unionsrecht vereinbar ist, da das Mitbestimmungsgesetz nur inländischen Mitarbeitern im Konzern das aktive und passive Wahlrecht für die Wahl der Vertreter der Arbeitnehmer in den Aufsichtsrat gestattet, nicht hingegen Mitarbeitern von Auslandsgesellschaften des Konzerns. Der EuGH schloss sich nun nach fast zweijährigem Verfahren der Rechtsauffassung von TUI an. Nach dieser Entscheidung verstößt das deutsche Mitbestimmungsgesetz weder gegen das Diskriminierungsverbot noch wird die Freizügigkeit unzulässig beeinträchtigt.

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 betreffen. Die genannten Gremien dienen in erster Linie den Interessen der Mitarbeiter, zumindest aber auch mittelbar den Interessen des Konzerns und seiner

Gesellschaften, da die betriebliche Mitbestimmung ihren Beitrag für die Stabilität und Nachhaltigkeit unternehmerischer Entscheidungen und Prozesse leistet. Im Geschäftsjahr 2017 konnten 43 Repräsentanten von Arbeitnehmervertretern aus 16 Staaten in das Forum entsandt werden.

WESENTLICHE RISIKEN

Unser Erfolg hängt von der Fähigkeit ab, geeignete Fach- und Führungskräfte zu rekrutieren und zu binden. Neben der Einführung einer neuen Employer Branding-Kampagne setzen wir auf die konzernweite Ausweitung des neuen Talent- und Performance-Management-Ansatzes „Great Place to Grow“, der zudem über die globale IT-Lösung „TUI People“ unterstützt wird. Nachwuchssicherung durch das konzernweite International Graduate Leadership-Programm sowie Führungskräfteentwicklung im Rahmen der etablierten globalen Programme „Global High Performance Leadership“, „Horizons“ und „Perspectives“ runden die Aktivitäten ab. Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl von Maßnahmen auf lokaler Ebene, um Fach- und Führungskräfte zu entwickeln.

Potenzialträger sollen transparent identifiziert werden und Talentpools – auch über Ländergrenzen hinweg – entsprechend aufgebaut werden. Für geschäftsrelevante Funktionen und Schlüsselpositionen gibt es eine halbjährliche Nachfolgeplanung. Darüber hinaus fördern wir eine hohe Leistungsbereitschaft und Motivation der Mitarbeiter durch Mitarbeitergespräche, Entwicklungspläne und entsprechende Karriereplanungsprozesse. In Vorbereitung auf die Einführung von „Great Place to Grow“ in Deutschland zum nächsten Geschäftsjahr wurden im Berichtsjahr rund 3.500 Mitarbeiter zu entsprechenden Präsenzs Schulungen sowie einem begleitenden E-Learning eingeladen.

SECURITY, HEALTH & SAFETY

Mitte 2016 wurde die Abteilung Group Security, Health & Safety (Group SHS) aufgebaut. Der Konzern verfügt nun über eine Konzernsicherheit, die alle bisherigen Mechanismen und mit Sicherheitsfragen befassten Stellen des Unternehmens im Bereich Security, Occupational Health & Safety miteinander verbindet und weiterentwickelt. Im Fokus steht hierbei ein ganzheitliches und konzernweites Schutzkonzept für Kunden und Mitarbeiter. Als Mitarbeiter konnten Experten aus dem Bereich des Krisen- und Risikomanagements mit umfassenden Vorerfahrungen in Sicherheitsbehörden oder Sicherheitsunternehmen gewonnen werden. Die interdisziplinäre Diversität liefert die Basis für ein professionelles und bedarfsgerechtes Sicherheitsmanagement. Die neue Abteilung befindet sich weiterhin in der Fortentwicklung.

Im Berichtszeitraum wurden standardisierte konzernweit anwendbare Mechanismen, wie etwa Leitlinien, Standardprozesse und Musterdokumente, entwickelt und implementiert, die eine schnelle und sachgerechte Reaktion auf sicherheitsrelevante Ereignisse sowie die proaktive Abwehr von Gefahren sicherstellen. 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 Naturereignisse, naturbezogene, gesellschaftliche und politische Entwicklungen in den Zielgebieten, Gesundheitsinformationen sowie sicherheitsrelevante Lageinformationen staatlicher Stellen berücksichtigt

und die Grundlage der Beratungsleistung, etwa in Form von Sicherheitsfortbildungen oder Beratungsgesprächen, Maßnahmen oder Planunterlagen, bildet. Insbesondere in Bezug auf naturbezogene Lagefelder, wie etwa Auswirkungen der Klimaveränderung, findet ein Austausch mit wissenschaftlichen Forschungseinrichtungen statt.

Die Mechanismen gelten für die TUI AG sowie alle in- und ausländischen Gesellschaften, an denen die TUI AG direkt oder indirekt Mehrheitsbeteiligungen hält, sowie sonstige Unternehmensbeteiligungen, sofern und soweit die Unternehmenssteuerung direkt oder indirekt bei der TUI AG liegt. Unternehmensbeteiligungen, bei denen die Unternehmenssteuerung nicht der TUI AG obliegt, darunter auch Joint Ventures, wird die Umsetzung der Mechanismen empfohlen. Falls vertraglich auf das Konzernhandbuch und die begleitenden Unterlagen verwiesen wird, können Konzernhandbücher auch für TUI Auftragnehmer gelten.

Auf dieser Grundlage wirken die mit Sicherheitsfragen befassten Stellen des gesamten Konzerns (etwa im Bereich Destination Services) in einem Netzwerk unter Koordinierung von Group SHS zusammen. Hierdurch werden eine flächendeckende Betreuung des gesamten Konzerns sowie ein abgestimmtes und koordiniertes, auf die Bedürfnisse des jeweiligen Bereichs angepasstes Vorgehen in Sicherheitsfragen gewährleistet.

Die Umsetzung dieses Sicherheitsniveaus wird durch regelmäßige Beratungs- und Evaluierungsreisen zu den Zielgebiete und unseren Hotels und Resorts sichergestellt. Group SHS hat im Berichtszeitraum acht Evaluierungsreisen in Zielländer durchgeführt. Neben dem fest im Qualitätssicherungsprozess eingebetteten Instrument der Safety Audits wurden ferner Security Audits für Hotels und Resorts eingeführt. Über 60 solche Audits wurden inzwischen durchgeführt.

Neben der Beratung in Sicherheitsfragen kommt der konzerninternen Fortbildung und Sensibilisierung unserer Mitarbeiter besondere Bedeutung zu. Vor allem im Bereich Destination Services wurden entsprechende Trainingsmodule angeboten, etwa 11.700 Mitarbeiter wurden entsprechend geschult.

Die konzernweite Bewältigung von Extremsituationen im Rahmen des Ereignis- und Krisenmanagements kam beispielsweise bei den Hurrikanen im September sowie sicherheitsrelevanten Vorfällen, wie etwa dem Ereignis vom August 2017 in Barcelona, erfolgreich zur Anwendung. Unsere Mechanismen zur Ereignisbewältigung umfassen neben der Lageerhebung und Lageverdichtung vor Ort die Frage, in welcher Weise 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.

Das Schutzkonzept der TUI Group berücksichtigt die Bereiche Security, Health und Safety gleichermaßen und deckt den gesamten in unserem Einflussbereich befindlichen Prozess, wie etwa Reisen unserer Kunden, ab.

Bekämpfung von Korruption und Bestechung / Compliance

Angaben zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung in der TUI Group erfolgen in diesem Geschäftsbericht ab Seite 112 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. €	2017	2016	Veränderung in %
Umsatzerlöse	45,4	–	n. a.
Sonstige betriebliche Erträge	392,6	637,0	–38,4
Materialaufwand	7,6	–	n. a.
Personalaufwand	49,9	50,3	–0,8
Abschreibungen	1,0	0,5	+100,0
Sonstige betriebliche Aufwendungen	500,4	762,9	–34,4
Beteiligungsergebnis	933,3	353,4	+164,1
Abschreibungen auf Finanzanlagen	58,1	3,7	n. a.
Zinsergebnis	8,7	–24,6	n. a.
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	15,7	6,7	+134,3
Ergebnis nach Steuern	747,3	141,7	+427,4
Sonstige Steuern	5,6	1,8	+211,1
Jahresergebnis	741,7	139,9	+430,2

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

Die Umsatzerlöse des Geschäftsjahres resultierten aus der Umklassifizierung von Erlösen im Rahmen der erstmaligen Anwendung des BilRUG (Bilanzrichtlinie-Umsetzungsgesetz). Der Rückgang der sonstigen betrieblichen Erträge war außer auf Effekte aus der Erstanwendung des BilRUG 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

Im Zuge der erstmaligen Anwendung des BilRUG auf das Geschäftsjahr 2017 wurde der den Umsatzerlösen gegenüberstehende Aufwand in den Aufwendungen für bezogene Leistungen ausgewiesen.

Der Personalaufwand war im Vergleich zum Geschäftsjahr 2016 leicht rückläufig. Der Rückgang der Aufwendungen für Löhne und Gehälter im Geschäftsjahr 2017 wurde durch erhöhte Aufwendungen aus der Zuführung zu den Pensionsrückstellungen nahezu kompensiert.

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 Travel Ltd. und der TUI Cruises GmbH sowie durch die Ergebnisabführung der TUI-Hapag Beteiligungs GmbH geprägt. Darüber hinaus enthielt das Beteiligungsergebnis Erträge aus Ergebnisübernahmen von Hotelunternehmen sowie von Gesellschaften, die dem Zentralbereich zuzuordnen waren. Das Beteiligungsergebnis umfasste weiterhin Aufwendungen aus Verlustübernahmen von verbundenen Unternehmen, die zu einer entsprechenden Minderung des Beteiligungs-

ergebnisses führten. Die Verlustübernahmen gingen im Vergleich zum Vorjahr deutlich zurück.

ABSCHREIBUNGEN AUF FINANZANLAGEN

Die Abschreibungen auf Finanzanlagen betrafen im Berichtsjahr im Wesentlichen eine Tochtergesellschaft, die dem Zentralbereich zuzuordnen ist, sowie eine türkische Hotelbeteiligung.

ZINSERGEBNIS

Die Verbesserung des Zinsergebnisses resultierte aus gesunkenen Zinsaufwendungen infolge der Refinanzierung einer Anleihe sowie aus der geringeren Inanspruchnahme der syndizierten Kreditfazilität. Weiterhin führte die Erhöhung der langfristigen Darlehen an Konzerngesellschaften durch die TUI AG zu einem Anstieg der Zinserträge.

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 2017 ergab sich ein Jahresüberschuss der TUI AG von 741,7 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 2017 um 6,7% auf 9,8 Mrd. €.

Kurzbilanz der TUI AG (HGB-Abschluss)

Mio. €	30.9.2017	30.9.2016	Veränderung in %
Immaterielle Vermögensgegenstände/Sachanlagen	19,4	17,5	+10,9
Finanzanlagen	7.078,9	6.784,8	+4,3
Anlagevermögen	7.098,3	6.802,3	+4,4
Forderungen/Wertpapiere	1.644,4	1.724,4	-4,6
Finanzmittel	1.039,0	637,0	+63,1
Umlaufvermögen	2.683,4	2.361,4	+13,6
Rechnungsabgrenzungen	0,7	0,8	-12,5
Aktiva	9.782,4	9.164,5	+6,7
Eigenkapital	5.192,7	4.812,1	+7,9
Sonderposten mit Rücklageanteil	0,1	0,1	-
Rückstellungen	462,5	480,8	-3,8
Anleihen	300,0	306,7	-2,2
Sonstige Verbindlichkeiten	3.827,1	3.564,8	+7,4
Verbindlichkeiten	4.127,1	3.871,5	+6,6
Passiva	9.782,4	9.164,5	+6,7

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS

Das Anlagevermögen bestand am Bilanzstichtag nahezu vollständig aus Finanzanlagen. Der Anstieg der Finanzanlagen ist insbesondere auf den Erwerb der TUI Canada Holdings Inc. und einer griechischen Hotelgesellschaft sowie auf die Begebung von langfristigen Darlehen an Tochtergesellschaften zurückzuführen. Gegenläufig wirkte sich die Auskehrung der Kapitalrücklage bei der TUI-Hapag Beteiligungs GmbH aus.

ENTWICKLUNG DES UMLAUFVERMÖGENS

Die Erhöhung des Umlaufvermögens um 13,6% auf 2.683,4 Mio. € entfiel im Wesentlichen auf den Anstieg der Finanzmittel. Dieser war außer auf Dividendenzahlungen von Tochtergesellschaften insbesondere auf den Verkauf der Anteile an der Hapag-Lloyd AG zurückzuführen.

Weiterhin wurden frei verfügbare Geldmittel in kurzfristig fällige Geldmarktfonds angelegt.

ENTWICKLUNG DER KAPITALSTRUKTUR DER TUI AG

EIGENKAPITAL

Das Eigenkapital der TUI AG erhöhte sich um 380,6 Mio. € auf 5.192,7 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 2017 stieg infolge der Begebung von Belegschaftsaktien. Zum Ende des Geschäftsjahres setzte sich das gezeichnete Kapital damit aus 587.386.900 Aktien zusammen.

Die Kapitalrücklage erhöhte sich im Geschäftsjahr 2017 durch die Ausgabe von Belegschaftsaktien und aktienbasierter Vergütung um insgesamt 6,1 Mio. €. Bei den Gewinnrücklagen handelte es sich ausschließlich um andere Gewinnrücklagen. Es bestanden keine satzungsmäßigen Bestimmungen zur Bildung von Rücklagen.

Der Jahresüberschuss betrug 741,7 Mio. €. Unter Berücksichtigung eines Gewinnvortrags von 454,1 Mio. € ergab sich ein Bilanzgewinn von 1.195,8 Mio. €. Der Hauptversammlung wird vorgeschlagen, den Bilanzgewinn des Geschäftsjahres für die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 0,65 € je Stückaktie zu verwenden und den nach Abzug der Dividendensumme von 381,8 Mio. € verbleibenden Betrag von 814,0 Mio. € auf neue Rechnung vorzutragen. Die Eigenkapitalquote stieg im Geschäftsjahr 2017 auf 53,1% (Vorjahr 52,5%).

RÜCKSTELLUNGEN

Die Rückstellungen nahmen um 18,3 Mio. € auf 462,5 Mio. € ab. Sie setzten sich aus Rückstellungen für Pensionen in Höhe von 136,0 Mio. € (Vorjahr 134,8 Mio. €), Steuerrückstellungen in Höhe von 196,1 Mio. € (Vorjahr 176,1 Mio. €) und sonstigen Rückstellungen in Höhe von 130,4 Mio. € (Vorjahr 169,9 Mio. €) zusammen.

Während die Pensionsrückstellungen im abgelaufenen Geschäftsjahr nahezu unverändert blieben, erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr die Steuerrückstellungen. Gegenläufig wirkte sich der Rückgang bei Rückstellungen für ausstehende Rechnungen, Personalkosten und übrigen Risiken aus.

VERBINDLICHKEITEN

Die Verbindlichkeiten der TUI AG betragen 4.127,1 Mio. € und nahmen um 255,6 Mio. € oder 6,6% 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.

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) verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr und war im abgelaufenen Geschäftsjahr mit 1.138,8 Mio. € deutlich positiv.

KAPITALBEVORRATUNGSBESCHLÜSSE

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

TUI AKTIE

TUI Aktie zeigt seit dem Zusammenschluss deutliche Outperformance

Seit der Ankündigung des Zusammenschlusses mit TUI Travel im Juni 2014 konnte sich das TUI Papier deutlich steigern. In diesem Zeitraum legte der Total Shareholder Return (TSR) der Aktie um insgesamt 36 % zu und konnte den FTSE 100 sowie den DAX 30 deutlich outperformen. In einem herausfordernden Marktumfeld, das von makroökonomischen und geopolitischen Turbulenzen geprägt war, konnte die TUI Group die angekündigten Merger-Synergien in Höhe von 100 Mio. € zum Ende dieses Geschäftsjahres vollständig realisieren und alle Unternehmensbereiche, die nicht zum Kerngeschäft gehörten, erfolgreich verkaufen. Darüber hinaus wurden seit dem Zusammenschluss knapp 1.175 Mio. € (inkludiert den Dividendenvorschlag für das Geschäftsjahr 2017) an Dividenden an die TUI Aktionäre ausgeschüttet. Dreieinhalb Jahre nach dem Zusammenschluss unterstreicht die mittelfristige Aktienkursentwicklung, dass die TUI heute integrierter und strategisch besser positioniert ist.

TUI Aktie legt auch im Geschäftsjahr 2017 weiter zu

Auch im Geschäftsjahr 2017 zeigte das TUI Papier insgesamt eine erfreuliche Entwicklung. Nach einem guten Start konnte sich die TUI Aktie jedoch kurzfristig einem herausfordernden Marktumfeld nicht entziehen und notierte Ende Oktober auf ihrem Geschäftsjahrestiefstwert. Hier spielten unter anderem die Erwartungen hinsichtlich der künftigen Geldpolitik beiderseits des Atlantiks sowie eingetrübte Ergebnisprognosen anderer Unternehmen der Reisebranche eine Rolle. Darüber hinaus beeinflussten in dieser Zeit die unerwartet hohe Anzahl von Krankmeldungen von TUI fly-Crews und die damit verbundenen Flugausfälle die Entwicklung unseres Aktienkurses. Durch sehr gute Geschäfts- und Quartalsergebnisse sowie die erfolgreiche Veräußerung von Travelopia stieg das Papier aber im weiteren Verlauf wieder und verzeichnete bis Mitte Februar 2017 ein deutliches Plus.

Nach der Dividendenzahlung entwickelte sich die TUI Aktie bis Ende Juni 2017 insgesamt volatiler, wobei sich der Kurs im Durchschnitt kaum veränderte. In dieser Zeit führten die Veröffentlichung operativer Ergebnisse oder geopolitische Ereignisse immer nur zu kurzfristigen Kursreaktionen.

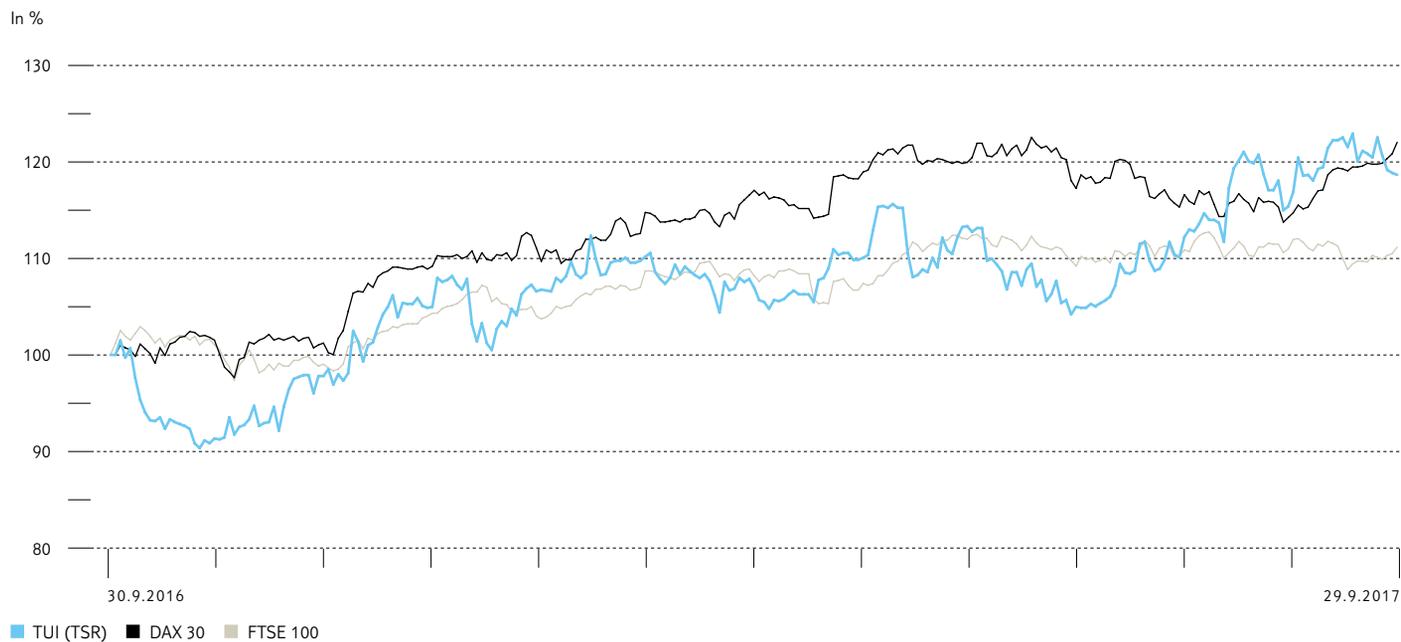
Danach nahm die TUI Aktie wieder Fahrt auf und profitierte dabei insbesondere von guten Quartalsergebnissen, erfreulichen Buchungszahlen sowie dem erfolgreichen Verkauf der verbliebenen Hapag-Lloyd-AG-Anteile. Über den gesamten Betrachtungszeitraum zeigte das Papier eine gute Performance. Während der Total Shareholder Return der TUI eine Steigerung von rund 19 % verbuchen konnten, legten der FTSE 100 und DAX 30 11 % bzw. 22 % zu. Dies stellt einmal mehr unter Beweis, dass wir dank unseres differenzierten Portfolios und unserer auf Hotels und Kreuzfahrten ausgerichteten Wachstumsstrategie sowie unseres integrierten Geschäftsmodells sehr gut positioniert sind.

Angaben zur TUI Aktie

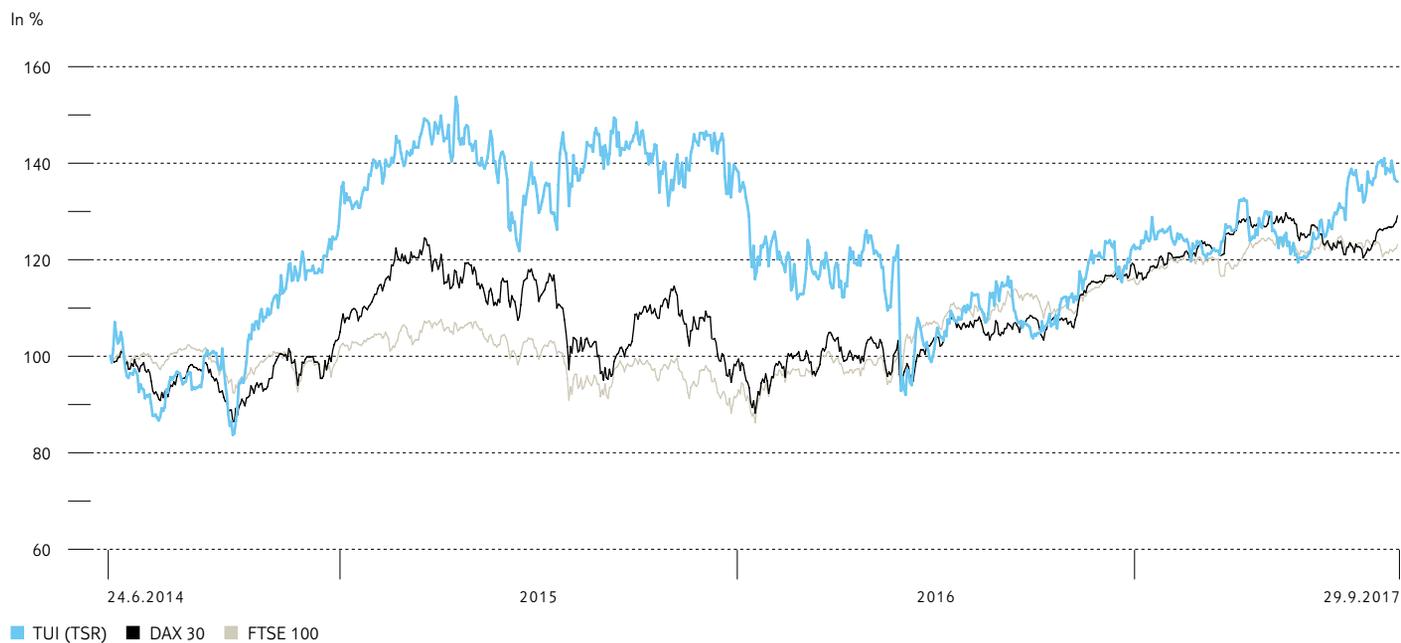
30. September 2017

WKN		TUAG00
ISIN		DE000TUAG000
Börsenplätze		London, Xetra, Hannover
Reuters/Bloomberg		TUIGn.DE / TUI1.GR (Frankfurt); TUIT.L / TUI:LN (London)
Aktiengattung		Namens-Stammaktien
Grundkapital	€	1.501.630.765
Anzahl der Aktien		587.386.900
Marktkapitalisierung	Mrd. €	8,4
Marktkapitalisierung	Mrd. £	7,4

Kursverlauf der TUI Aktie (GESCHÄFTSJAHR 2017)



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



Langfristige Kursentwicklung der TUI Aktie (Xetra)

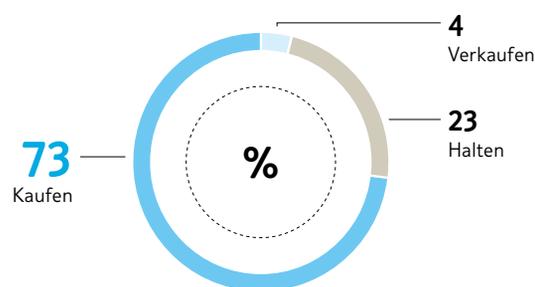
€	2013	2014	2015	2016	2017
Höchstkurs	10,86	6,97	17,71	17,21	14,90
Tiefstkurs	3,68	3,14	9,84	10,17	11,46
Jahresendkurs	3,88	6,70	16,35	12,69	14,38

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 in den Nachhaltigkeitsindizes FTSE4Good, STOXX Global ESG Leaders Index und Ethibel Investment Register vertreten. Die Organisation Carbon Disclosure Project (CDP) weist TUI eine Führungsrolle („Leadership“) im Bereich Klimaschutz zu.

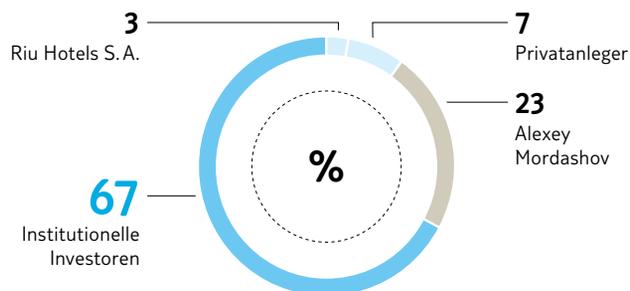
Im Geschäftsjahr 2017 betrug das durchschnittliche Handelsvolumen pro Tag an der Londoner Börse rund 1,2 Mio. Stücke, während auf Xetra rund 0,6 Mio. Stücke gehandelt wurden. Bezogen auf alle Handelsplattformen umfasste das Volumen in Großbritannien rund 2,8 Mio. und in Deutschland ca. 2,0 Mio. Aktien. Somit verzeichnet sowohl die Pfund- als auch die Eurolinie eine hohe Liquidität für den Handel von institutionellen und privaten Investoren.

Analystenempfehlungen**Analystenempfehlungen (30.9.2017)**

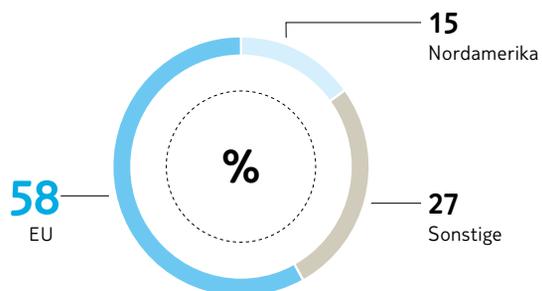
Analysen und Empfehlungen von Finanzanalysten sind Entscheidungsgrundlage für institutionelle sowie private Investoren. Im Berichtsjahr veröffentlichten mehr als 20 Analysten regelmäßig Studien zur TUI Group. Im September 2017 empfahlen 73 % das TUI Papier zum „Kauf“, 23 % votierten für „Halten“ und ein Analyst empfahl die Aktie zu „Verkaufen“.

Aktionärsstruktur

Aktionärsstruktur (30.9.2017)



Geografische Aktionärsstruktur (30.9.2017)



⊕ Die aktuelle Aktionärsstruktur und die Stimmrechtsmitteilungen nach §26 WpHG online unter: www.tuigroup.com/de-de/investoren/news

Zum Ende des Geschäftsjahres 2017 befanden sich rund 77 % der TUI Aktien im Streubesitz. Etwa 7 % aller TUI Aktien entfielen auf Privataktionäre, rund 67 % auf institutionelle Investoren sowie Finanzinstitute und etwa 26 % lagen in den Händen von strategischen Investoren. Nach Auswertung des Aktienregisters liegt mehr als die Hälfte der Aktien bei Investoren im EU-Raum.

Dividendenpolitik

Ergebnis- und Dividendenentwicklung der TUI Aktie

€	2013	2014	2015	2016	2017
Ergebnis je Aktie	-0,14	+0,26	+0,64	+1,78	+1,10
Dividende	0,15	0,33	0,56	0,63	0,65

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 2017 eine Dividende in Höhe von 0,65 € je Stückaktie an die Aktionäre auszuschütten.

Investor Relations

Unsere Investor Relations-Arbeit basiert auf einem offenen und kontinuierlichen Dialog sowie einer transparenten Kommunikation mit unseren Privataktionären, institutionellen Investoren, Equity- und Credit-Analysten sowie Kreditgebern. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden in einer Vielzahl von Gesprächen die Wachstumsstrategie des integrierten Touristikonzerns 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, Edinburgh, Frankfurt, Berlin, München, Zürich, Lugano, Wien, Mailand, Madrid, Amsterdam, Brüssel, Paris, Oslo, Kopenhagen, New York, Boston und Toronto. Fragen von Analysten und Investoren hat das Management zudem bei Telefonkonferenzen zu den Zwischenberichten sowie im Rahmen von Analystenmeetings beantwortet.

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 Internetseite an private Anleger und hat unter anderem alle IR-Telefonkonferenzen sowie die Präsentation der Geschäftsjahreszahlen live und vollumfänglich übertragen.

⊕ *Weitere Investor Relations-Informationen online unter:*
www.tuigroup.com/de-de/investoren

ÜBERNAHMERECHTLICHE ANGABEN

gemäß § 289 Abs. 4 und § 315 Abs. 4 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 2017 aus 587.386.900 Aktien zusammen (Vorjahr 587.038.187 Aktien) und betrug insgesamt 1.501.630.765,46 €. Jede Aktie gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme.

BESCHRÄNKUNGEN, DIE STIMMRECHTE ODER DIE ÜBERTRAGUNG VON AKTIEN BETREFFEN

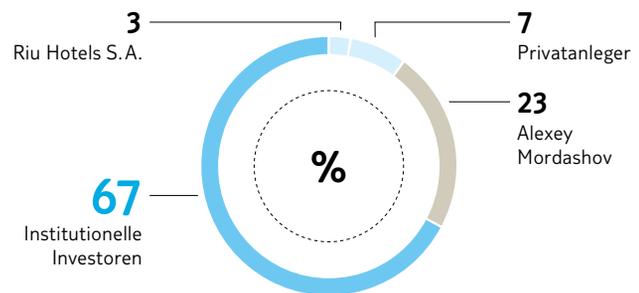
Beschränkungen, die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen, sind dem Vorstand der TUI AG nicht bekannt.

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 § 21 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 § 22 Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen. Auf Basis der Mitteilungen gemäß § 19 MAR betrug sein Stimmrechtsanteil zum 30. September 2017 an der TUI AG 23,0%.

Aktionärsstruktur (30.9.2017)



Zum Ende des Geschäftsjahres 2017 befanden sich rund 77% der TUI Aktien im Streubesitz. Etwa 7% aller TUI Aktien entfielen auf Privataktionäre, rund 67% auf institutionelle Investoren sowie Finanzinstitute und etwa 26% lagen in den Händen von strategischen Investoren. Nach Auswertung des Aktienregisters liegt mehr als die Hälfte der Aktien bei Investoren im EU-Raum.

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 mit einer 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 richtet 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 Aktienaussgabe oder zum Aktienrückkauf

Die Hauptversammlung vom 14. Februar 2017 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 13. August 2018. Von der Möglichkeit, eigene Aktien zu erwerben, wurde bisher kein Gebrauch gemacht.

In der Hauptversammlung am 9. Februar 2016 wurde 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.

Auf der Hauptversammlung vom 13. Februar 2013 wurde ein genehmigtes Kapital zur Ausgabe von Belegschaftsaktien über 10,0 Mio. € beschlossen. Der Vorstand der TUI AG ist ermächtigt, dieses genehmigte Kapital bis zum 12. Februar 2018 einmal oder mehrmals durch die Ausgabe von Belegschaftsaktien gegen Bareinlage zu nutzen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden 348.713 neue Belegschaftsaktien ausgegeben, sodass das genehmigte Kapital zum Bilanzstichtag noch rund 7,4 Mio. € beträgt.

Auf der Hauptversammlung am 28. Oktober 2014 ist ein Beschluss zur Schaffung eines genehmigten Kapitals zur Ausgabe neuer Aktien gegen Sacheinlagen in Höhe von 18,0 Mio. € gefasst worden, um Ansprüche auf Anteile der TUI Travel, die TUI Travel ihren Mitarbeitern gewährt hat, durch neue Aktien der TUI AG erfüllen zu können. Diese Ermächtigung wird nicht mehr benötigt und soll daher vorzeitig aufgehoben werden.

Die Hauptversammlung vom 9. Februar 2016 hat 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.

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 im Oktober 2016 emittierten festverzinslichen Anleihe über 300,0 Mio. € der Rückkauf angeboten werden. Für die syndizierte Kreditfazilität in Höhe von 1,75 Mrd. €, die zum Bilanzstichtag mit 115,9 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 92,5 Mio. £, die mit verschiedenen Versicherungsgesellschaften abgeschlossen wurden und die zum Bilanzstichtag mit 32,9 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.