



GJ25 STRATEGIE UPDATE

10. Dezember 2025

Ambitionierte Strategie zur Nutzung des Wachstumspotenzials bei Urlaubsreisen



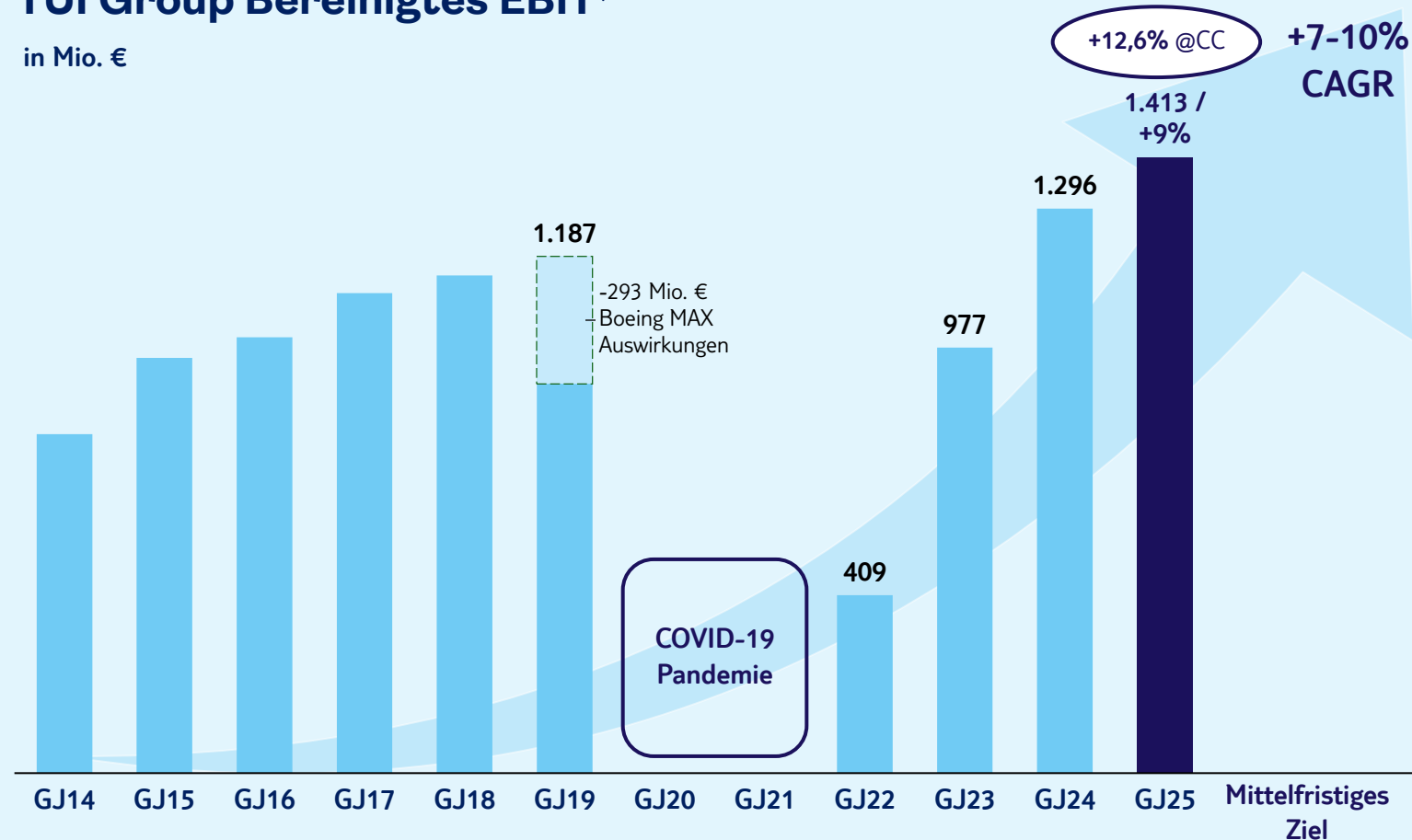
Globale Reise- und Tourismusbranche wachsen stärker als das BIP¹

- **Die meisten Reisenden aus UK planen, 2026 genauso viel oder mehr für ihren Urlaub auszugeben als im Jahr 2025²**
- **Reisen haben weiterhin höchste Priorität**, sodass Europäer größere Anschaffungen aufschieben, um sich ihren Sommerurlaub leisten zu können³
- **Wachsende Nachfrage nach einzigartigen, markenorientierten Freizeitprodukten**

Langjährige Erfolgsbilanz bei der Erzielung von EBIT-Wachstum

TUI Group Bereinigtes EBIT¹

in Mio. €



Kommentare

- **Antieg des EBIT um +80%** vs. GJ 2014¹, dank unseres vertikal integrierten Geschäftsmodells
- **Urlaubserlebnisse ~85% des Konzern-EBIT** (vs. ~30% im GJ 2014)
- **Zukünftiges Wachstum** wird durch HEX-Asset-Right-Expansion und M+A-Transformation vorangetrieben

Unsere Strategie wird weiteres Wachstum generieren

Vertikal integrierter Tourismuskonzern

1

Hotels & Resorts

Nachhaltiges, global differenziertes Produktwachstum

2

Kreuzfahrten

3

TUI Musement

4

Märkte + Airline

Transformational growth –
global curated leisure marketplace

Hotels, Kreuzfahrten und Erlebnisse – globale Produktions-
und Vertriebsplattform

Verkaufsplattform mit exklusiven und differen-
zierten Produkten und globale Quellmärkte



Marketing, Kundenbindung & CCE

5

Zukunft der Suchanfragen, KI-gestützte vernetzte Reisen und globale Plattformen

Building a performance organization

6

Nachhaltigkeit

1 Hotels & Resorts – Wachstum durch unsere Asset-right Hotel Pipeline

GJ25

GJ26+

Anzahl
Hotels

463 (+18¹)

ROIC

19 (+1%-Pkte)

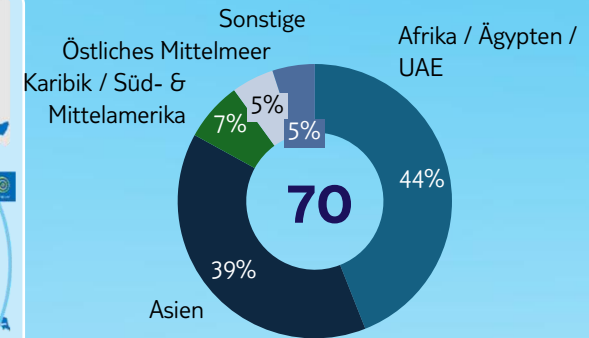
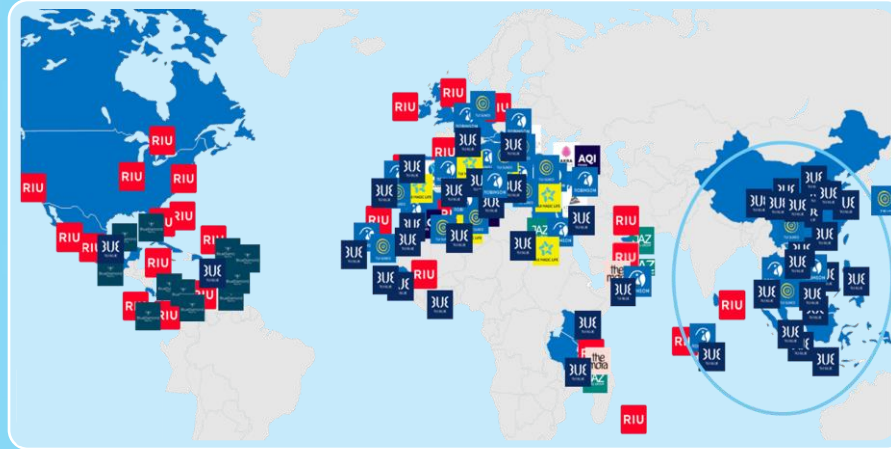
Q4 CSAT²

8,7



Pipeline von 70+ Hotels, hauptsächlich Management/Franchise

➤ Strategischer Fokus auf wachstumsstarke Reiseziele



➤ Diversifiziert durch bewährte Marken & positioniert, um Nachfrage zu bedienen

Luxus

the
mora

Royalton
Luxury Resorts

Global

RIU
HOTELS & RESORTS

ROBINSON

TUI BLUE

TUI MAGIC LIFE

Regional

ATLANTICA
HOTELS & RESORTS

GRUPOTEL
HOTELS & RESORTS

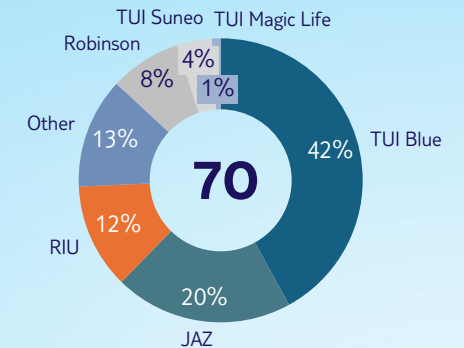
IBEROTEL

AKRA
HOTELS

Preissensitiv

TUI SUNELO

AQI



1 Partnerschaft mit Oman: Neues vertikal integriertes Destinationscluster soll ganzheitliche Profitabilität stärken – bewährtes Beispiel Kap Verde

Strategische Gründe – Neues Destinationcluster mit 5 neuen Hotels

- Salalah wird **ganzjähriges Sun & Beach Reiseziel** mit differenzierten Hotels und Erlebnissen
- Oman als **neuer langfristiger strategischer Partner und Investor** durch OMRAN Group
- **Monetarisierung der Vorteile der vertikalen Integration**



Hotels & Resorts

- Erste Pipeline von 5 Hotels



Märkte + Airline

- Reiseveranstalterkunden
- Oman Air & TUIfly



TUI Musement

- Transfers & lokale Erlebnisse



Zeitplan und erwartete Rendite

- Erste Hotels sollen im Winter 2028 eröffnet werden
- Ziel-Kapitalrendite (ROIC) für Hotelwachstumsinvestitionen von deutlich >11%

2 Kreuzfahrten – JV-Neubauten fördern risikoarmes Wachstum und Profitabilität

GJ25

Anzahl der
Schiffe

18 (+1)

ROIC

32 (+5 %-
Punkte)

Q4 NPS¹

84	92	72
Mein Schiff	Hapag-Lloyd Cruises	Marella Cruises



GJ26+

Wachstum durch +3 neue Schiffe

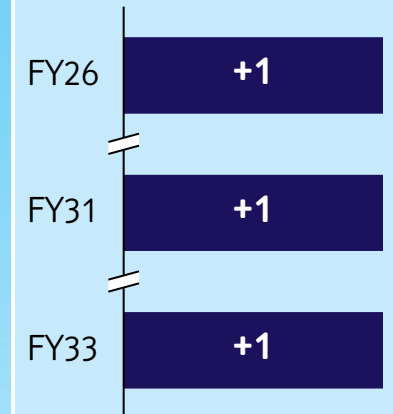
- Außerbilanzielle Investitionen aufgrund des erfolgreichen JVs TUI Cruises



100 % im Besitz



50 % Joint Venture



TUI Cruises Neubauten GJ31 & GJ33

- Nutzung des Wachstumspotenzials im deutschsprachigen Markt
- Weitere Särkung der Marke TUI Cruises in UK und Nordeuropa
- Nutzung der Finanzkraft von TUI Cruises für die Flottenerweiterung zur Unterstützung unserer Asset-Right-Wachstumsstrategie



3 TUI Musement – globales, differenziertes Wachstum dank digitaler Plattform

GJ25 GJ26+

Transfers	30,9 Mio.	(+1%)
Erlebnisse	10,6 Mio.	(+6%)
Uptake Rate	ca. 30%	



Digitales Wachstum durch vertikale Integration

Plattform für Transfers und Touren

- Leichtes Wachstum bei Transfers pro Jahr
- Ausbau unseres Angebots an mehrtägigen Touren

Erlebnisse als wichtiger Wachstumsmotor

- Sun & Beach Destinationen mit zunehmender Präsenz in Städten
- ESG-zertifizierte eigene Erlebnisse
- Exklusive Angebote aus der TUI-Kollektion
- Up- & Cross-Selling – 1 von 3 M+A-Kunden kauft ein Erlebnis

Wir erwarten einen Anstieg der „verkauften Erlebnisse“ mittelfristig um eine niedrige zweistellige CAGR



4 Märkte + Airline – Transformation zum globalen kuratierten Freizeitmarktplatz

GJ 25

Kunden

20,2 Mio. (+0%)

o/w Dyn.
Package

3,3 Mio. (+11%)

App-Umsatz
in %

10,3% (+41%)



GJ26+

2 Plattformen, die die vertikale Integration maximieren

Transformation der
Märkte:

Transformation
regionaler Reiseveranstalter
zu einem globalen
kuratierten
Freizeitmarktplatz



Airline
Transformation:
Kommerzialisierung
der Airline

Unser Ziel ist es, die EBIT-Marge von Märkte + Airline mittelfristig auf >3 % zu verbessern

4 Märkte + Airline – unsere Transformationshebel

Wachstum Marktplatz

Risk right & Dynamisches Wachstum



Eigene Produkte



Neue Kunden, Produkte und Märkte



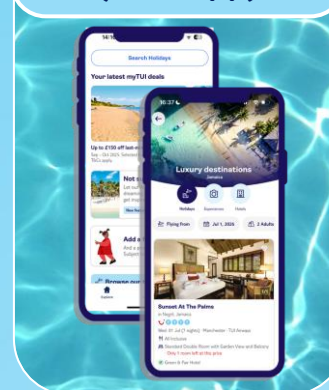
Airline Kommerzialisierung

Wachstum der Airline



Operative Exzellenz

Digital First Marketing & Sales (Web/App)



KI-gestützte Technologieplattformen



Reduzierung Overheadkosten

Schlanke Organisation & Erfolgskultur



Flexibilität & Auswahl

- Kommerzielle Risikosteuerung
- Dynamisches Paketwachstum mit einer niedrigen zweistelligen CAGR

Produkt-differenzierung

- Förderung exklusiver TUI-Hotels und Konzeptangebote
- Marktplatzportfolio optimieren

CLV Management

- Kundengewinnung und -bindung in allen Segmenten und Urlaubsarten
- Bestehende und neue Märkte

Kunden und Geschäftskunden

- Neue Kunden
- Netzwerk- und Streckenrentabilität
- Flottenoptimierung

Marketing-effektivität

- Digitales Wachstum mit zweistelliger CAGR (App)
- Frequenz steigern
- Senkung Vertriebskosten

Global skalierbare IT-Plattform

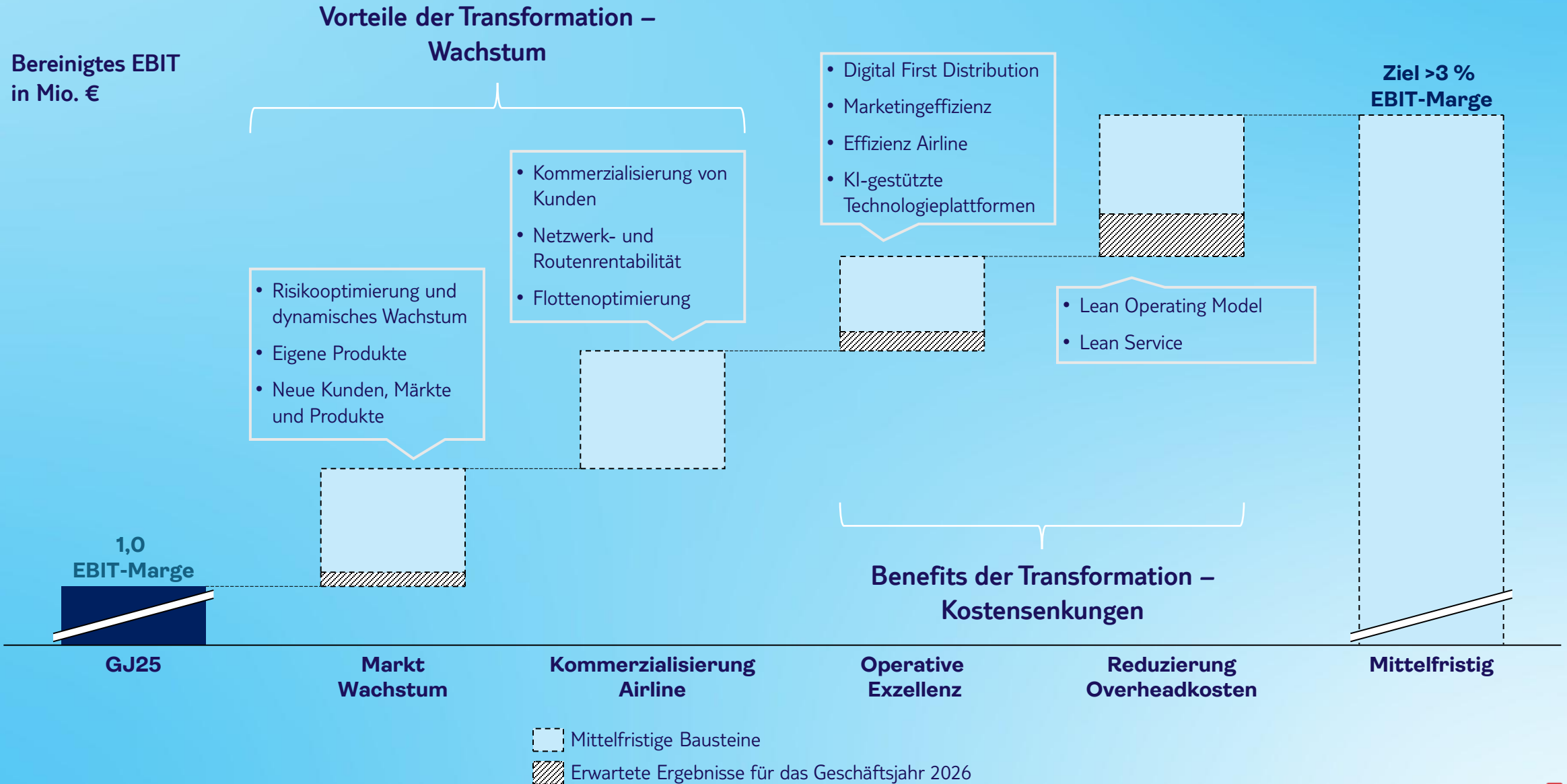
- Eintritt in neue Wachstumsmärkte
- Nutzung Next Gen Technologien der zu geringeren Kosten

Reorganisation & Effizienz

- Lean organisation
- Lean & smart operating model and operations
- High Performance Kultur



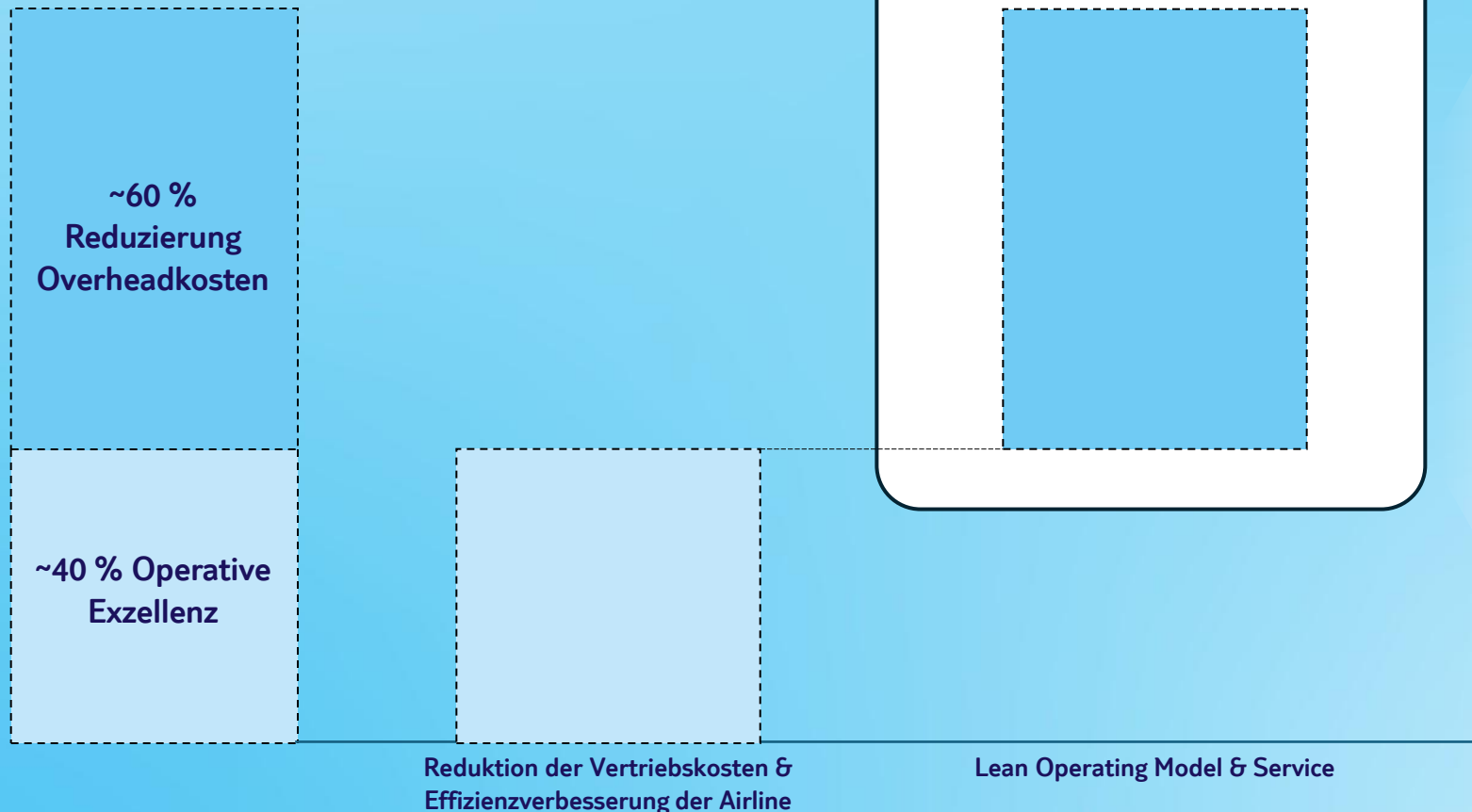
4 Märkte + Airline – erste Ergebnisse der Transformation für das GJ26 geplant



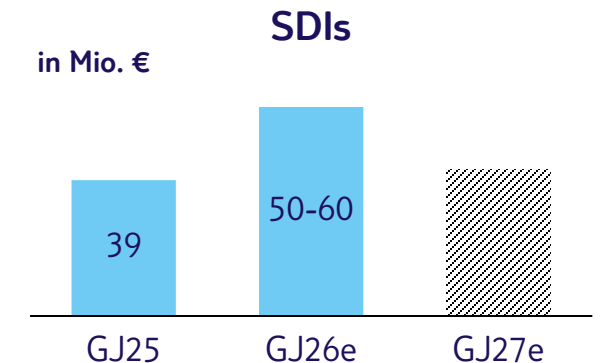
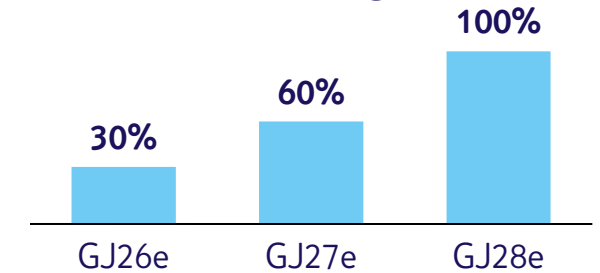
4 Märkte + Airline – Start eines Kostensenkungsprogramm um bis zum GJ28 Einsparungen in Höhe von rund 250 Mio. € zu erzielen

~250 Mio. €

in Mio. €



**Realisierung der
Einsparungen**



Reisen in einer KI-Welt – Suchanfragen ändern sich - von traditionell zu Agenten-basiert



UNSERE KI-VISION

- KI First – TUI wandelt sich zu einem KI-gestützten Unternehmen
- TUI-Produkte über alle Frontends (AEO/GEO) sichtbar und buchbar
- TUI offen für alle LLMs (ChatGPT etc.)
- Der Vorteil von TUI KI: starke Marke, einzigartige Produkte und integrierte Reiseerlebnisse

5

KI First – TUI wandelt sich zu einem KI-gestützten Unternehmen und arbeitet mit einer Vielzahl strategischer Partner und Produkte zusammen

KI für unsere Mitarbeiter



Über 35.000 E-Learning-Kurse in den letzten 12M

Über 1.500 Vollzeitkräfte wurden in Amazon Q geschult, wodurch die Markteinführungszeit um mehr als 25% verkürzt wurde

~2.200 KI-Assistenten von Kollegen erstellt, die wöchentlich Tausende von Stunden einsparen

Einführung eines neuen KI-Kompetenzrahmens zur Beschleunigung der Transformation zu einer „KI-First“-Organisation

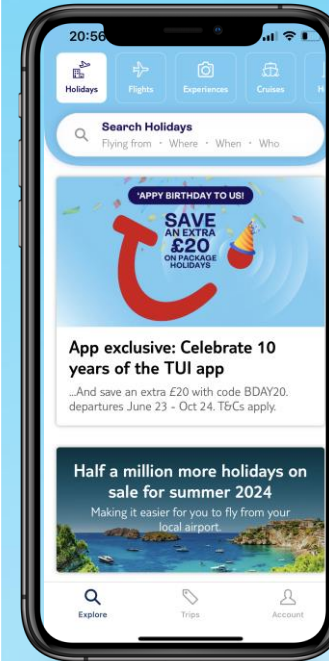
Aktive Zusammenarbeit mit Key Playern



mindtrip.

Teilbereich zur Veranschaulichung

KI für unsere Kunden



Neue dynamische Produkte 50% schneller als bisher zu beschaffen

KI wird zur Erstellung inspirierender Videos, Inhalte und Übersetzungen eingesetzt

KI-gestützte Empfehlungen & Personalisierungen entlang der Customer Journey (2 bis 9-fache Steigerung der Konversionsrate)

Sprach- & Chat-Agenten mit intelligenter Weiterleitung ermöglichen es dem Kundenservice, Rekordergebnisse bei NPS & CSAT zu erzielen

5 Wichtige Erfolgsfaktoren für



1 – LLM-Plattform-Buchungen

AEO/GEO



Partnerschaften



TUI „KI-Concierge“-Agent

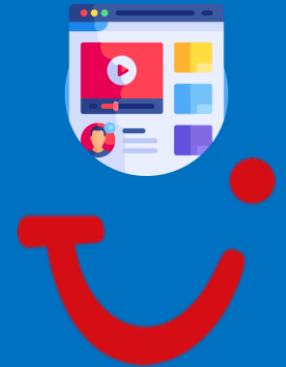


2 – Markenspezifische Kunden

Differenzierte Produkte



Marken KI-bereit machen



Daten – umfassende Kunden Insights



Vertrauenswürdige, verifizierte Inhalte

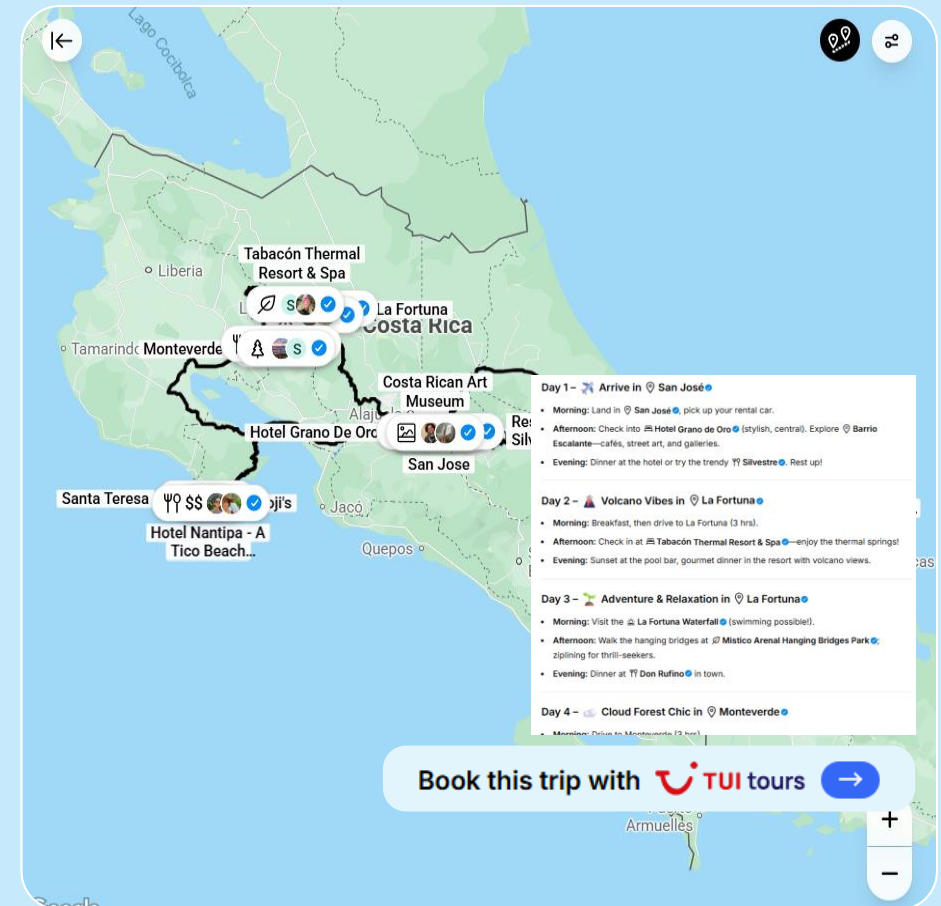


5 TUI kooperiert mit Mindtrip für KI-gestützte Reiseplanung

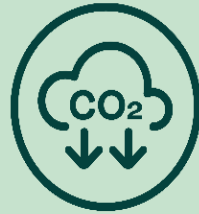


- **Mindtrip ist eine KI-gestützte Reiseplanungsplattform**, die Inspiration in personalisierte, buchbare Reiserouten umsetzt
- **KI-gestützt:** Konversationsbasierte Reiseplanung (z. B. „Wohin soll ich im Dezember reisen?“)
- **Nahtlose Buchung:** Kunden können mit KI eine Reise inklusive Flüge, Hotels, Transfers, Mietwagen und Ausflüge planen und dann über die Schaltfläche „**Book this trip with TUI Tours**“ personalisierte Pakete buchen
- **Echtzeit-Integration:** KI-generierte Reiserouten werden mit dem Live-Bestand von TUI Tours abgeglichen, um detaillierte, buchbare Empfehlungen zu erhalten
- **Die Partnerschaft unterstreicht den Wettbewerbsvorteil von TUI** – unser integriertes Modell, das einen durchgängigen, personalisierten, KI-gestützten Service ermöglicht

**Unser Proof-of-Concept für den Vertrieb
unseres Angebots über KI-Agenten**



6 SBTi-Ziele im GJ 2025 in allen drei Segmenten erreicht



Emission Reduction
Roadmap

SBTi-Ziele für 2030¹

-24 % Reduzierung der CO₂-
Emissionen Airline²

-27,5 % Reduzierung bei
Kreuzfahrten³

-46,2 % Reduzierung bei TUI
Hotels & Resorts³

Unsere Erfolge bei der
Emissionsreduzierung im GJ 25¹



Airline

-7,8%

-0,9 %-Pkte
besser als das Ziel für das
GJ25

Kreuzfahrten

-5,5%

-2,5 %-Pkte
besser als das Ziel für das
GJ25

Hotels

-17,5%

-2,5 %-Pkte
besser als das Ziel für das
GJ25

Auf dem Weg zur Erreichung unserer SBTi-Ziele für 2030

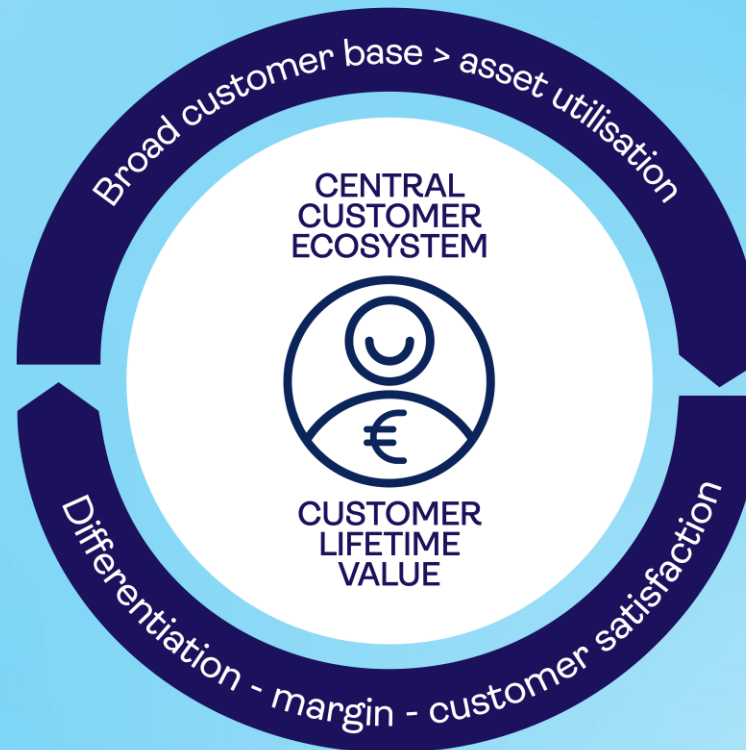
Vertikale Integration fördert Wachstum und Kundenzufriedenheit: Starkes und widerstandsfähiges HEX-Geschäft dank M+A-Marktplatz

TUI's einzigartiges Synergy Fly Wheel

Märkte + Airline Marktplatz

- Europäischer Marktführer
- Globale Reichweite durch skalierbare Plattformen
- Ausgewählte Freizeitprodukte
- Dynamisches Wachstum
- Transformationseffizienzen
- App-First-Ansatz und Fokus auf KI

Wichtige KPIs: Umsatz + Margen



Urlaubserlebnisse: Hotels, Kreuzfahrten, TUI Musement

- Leuchtturmprodukte
- Differenziert + einzigartig
- Erlebnis-Marktplatz
- Wachstum der Vermögenswerte
- Expansion in neue Reiseziele

Key KPI: ROIC

TUI AUF GUTEM WEG ZUR ZIELERREICHUNG:



GJ26 BEREINIGTES EBIT-WACHSTUM VON +7-10 %¹



MITTELFRISTIGES ZIEL: WACHSTUM DES BEREINIGTEN EBIT UM +7-10 % CAGR¹



ATTRAKTIVE DIVIDENDENPOLITIK: GJ 25: STARTER-DIVIDENDE; GJ 26 10-20% BEREINIGTES EPS