



# **TUI Group Investorenpräsentation**

SdK-Aktienforum am 29. September 2026

**ROBINSON Djerba Bahiya,  
Tunesien**

## ZUKUNFTSGERICHTETE AUSSAGEN

Diese Präsentation enthält eine Reihe von Aussagen, die sich auf die zukünftige Entwicklung der TUI beziehen. Diese Aussagen beruhen sowohl auf Annahmen als auch auf Schätzungen. Obwohl wir davon überzeugt sind, dass diese zukunftsgerichteten Aussagen realistisch sind, können wir hierfür nicht garantieren, denn unsere Annahmen bergen Risiken und Unsicherheiten, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den erwarteten abweichen. Mögliche Gründe für solche Abweichungen sind Marktschwankungen, die Entwicklung der Weltmarktpreise für Rohstoffe, die Entwicklung der Wechselkurse oder grundsätzliche Veränderungen im wirtschaftlichen Umfeld. Es ist weder beabsichtigt, noch übernimmt TUI eine gesonderte Verpflichtung, zukunftsbezogene Aussagen zu aktualisieren, um sie an Ereignisse oder Umstände nach dem Datum dieses Dokuments anzupassen.

## AGENDA

1

**TUI Group im Überblick**

2

**Strategische Prioritäten**

3

**Ergebnisse, Buchungsentwicklung & Ausblick**

4

**Q&A**



# TUI Group auf einen Blick – GJ25

## TUI GROUP



**34,7 Mio. Gäste**  
(+5% ggü. Vorjahr)



**24,2 Mrd. € Umsatz**  
(+4% ggü. Vorjahr)



**1,4 Mrd. € Bereinigtes EBIT**  
(+9% ggü. Vorjahr)



**0,6x Net Leverage<sup>1</sup>**  
(0,8x im Vorjahr)



**~66.900 Mitarbeitende**  
(+1% ggü. Vorjahr)

## URLAUBSERLEBNISSE (Bereinigtes EBIT) ~85%



**Hotels & Resorts**  
**735 Mio. €**

**Kreuzfahrten**  
**481 Mio. €**

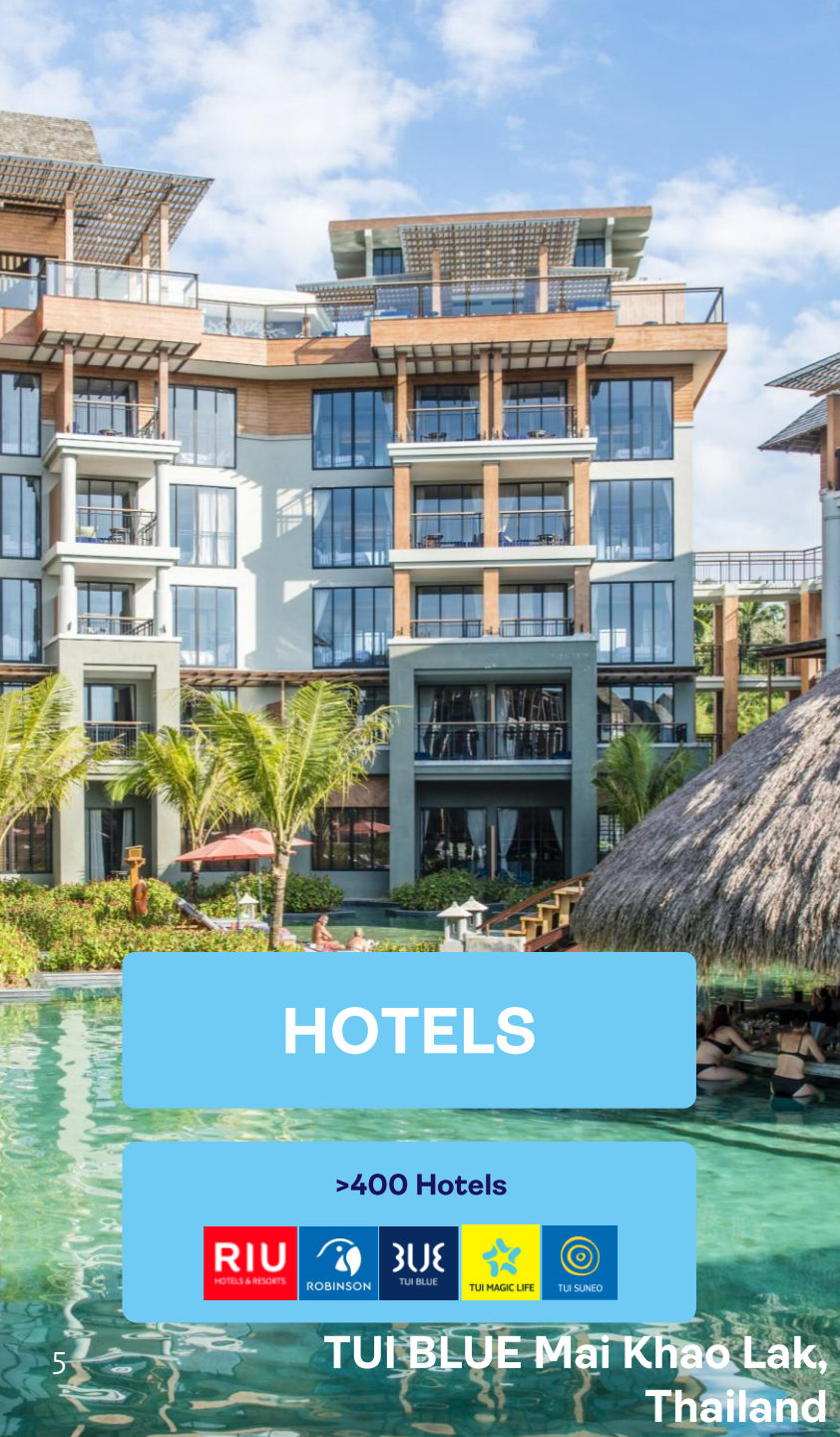
**TUI Musement**  
**67 Mio. €**

## MÄRKTE + AIRLINE (Bereinigtes EBIT) ~15%



**200 Mio. €**





## HOTELS

>400 Hotels



TUI BLUE Mai Khao Lak,  
Thailand



## KREUZFAHRTEN

18 Schiffe



MS EUROPA

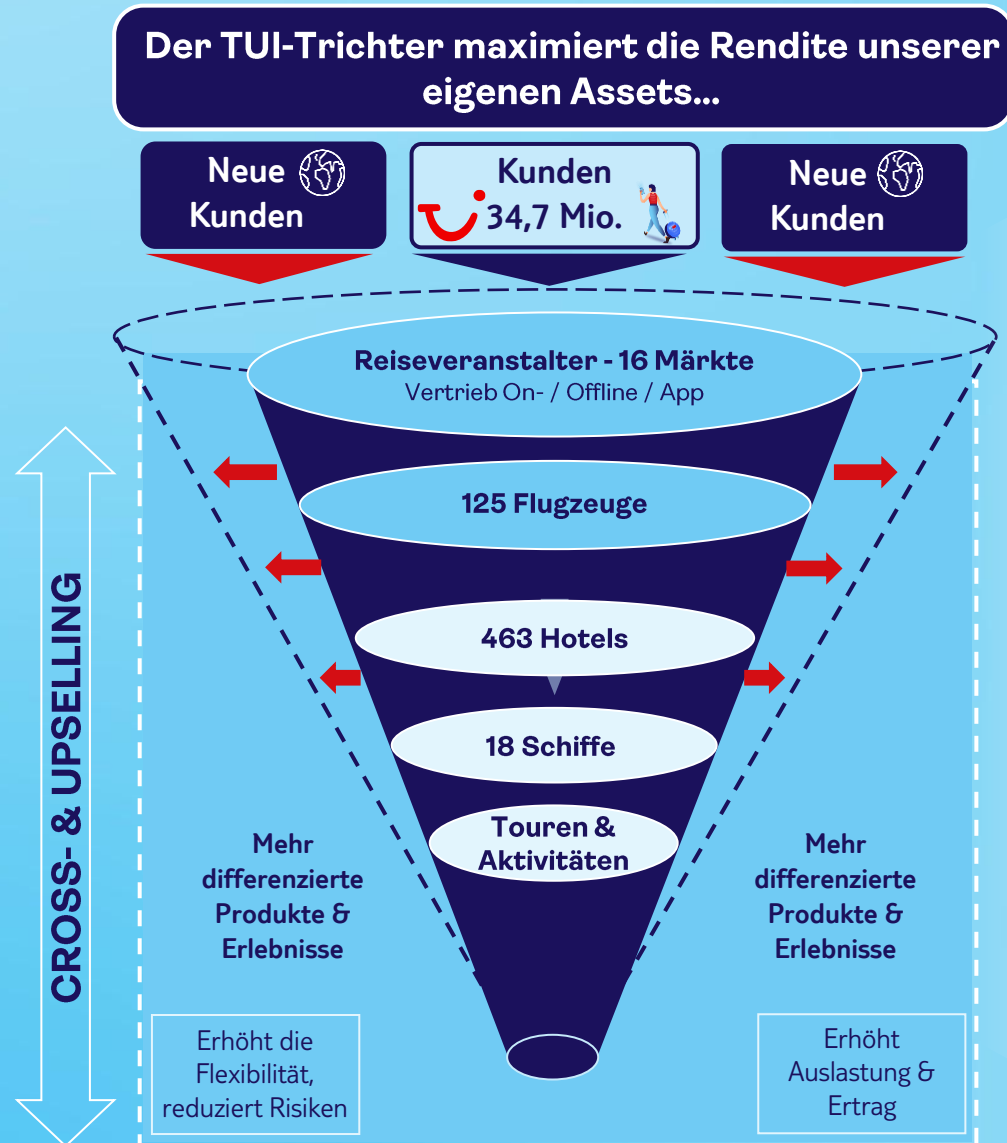


## ERLEBNISSE

>50 Tsd. Erlebnisse,  
Touren, Transfers



# Urlaubserlebnisse – Starke Performance durch vertikale Integration



**...und erzielt überdurchschnittliche operative KPIs.**

## Märkte + Airline



**8,7**  
CSAT<sup>1</sup> TUI Hotels

Höchste CSAT-Werte im gesamten Portfolio<sup>2</sup>



**~40%**  
Wiederbucherrate<sup>3</sup>

Starke, vertrauenswürdige, kuratierte Produkte

Steigert Performance



Ermöglicht Kundenzufriedenheit & -bindung

## Hotels & Resorts



**88%**  
Zimmerauslastung Q4

vs. 67% der Leisure Peers

## Kreuzfahrten



**22% & 17%**<sup>4</sup>  
ROIC Marella/TUI Cruises

vs. 17% Zielwert der Peers

## TUI Musement



**~30%**  
Uptake Rate

Erlebnisse – ermöglichen Cross- & Upselling



# Kontinuierliches Wachstum der Profitabilität

## TUI Group Ber. EBIT<sup>1</sup> In €m



## AGENDA

1

TUI Group im Überblick

2

**Strategische Prioritäten**

3

Ergebnisse, Buchungsentwicklung & Ausblick

4

Q&A



# Ambitionierte Strategie zur Erschließung des Wachstumspotenzials im Reisemarkt

## REISEN IST EIN MEGATREND



**Tourismus wächst stärker als  
das BIP –  
eine mehrjährige  
Wachstumsbranche**

**Demografische Entwicklung  
vorteilhaft - hohe verfügbare  
Einkommen und steigende  
Lebenserwartung**

**Erlebnisse -  
Der neue Lifestyle &  
globale Trend im Reisen**

# Unsere Strategie treibt weiteres Wachstum voran



## Vertikal integrierter Touristikkonzern

1

### Hotels & Resorts

Nachhaltiges, globales, differenziertes Produktwachstum



2

### Kreuzfahrten



3

### TUI Musement



4

### Märkte & Airline

Vertriebsplattform mit exklusiven, differenzierten Produkten & globaler Beschaffung



Die Zukunft der Suche, KI-gestützte vernetzte Reise & globale Plattformen

Marke, Loyalität, Kundenbindung & CCE<sup>1</sup>

5

### Nachhaltigkeit



# 1 Hotels & Resorts – Wachstum durch unsere Asset-Right-Hotelpipeline

GJ25

Anzahl  
Hotels

463 (+18<sup>1</sup>)

ROIC

19% (+1%Pkt.)

Q4 CSAT<sup>2</sup>

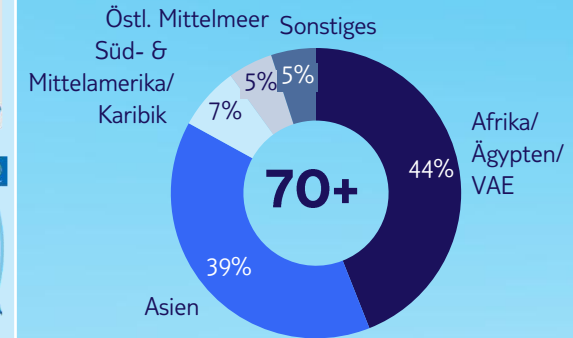
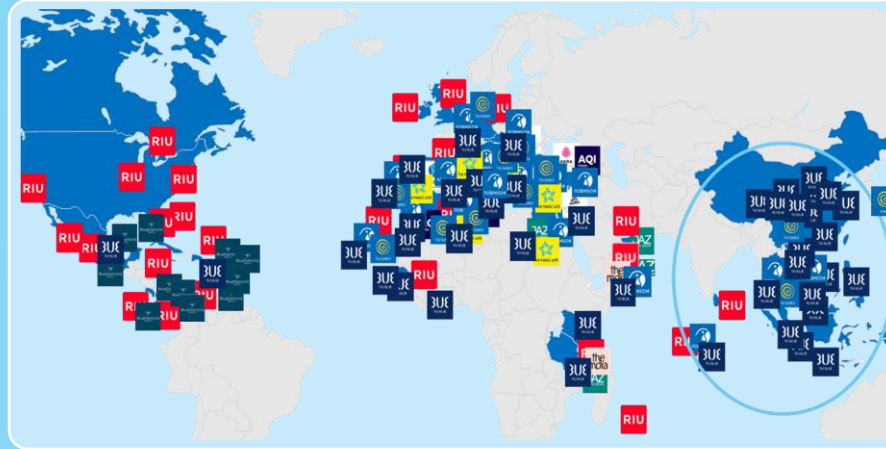
8,7



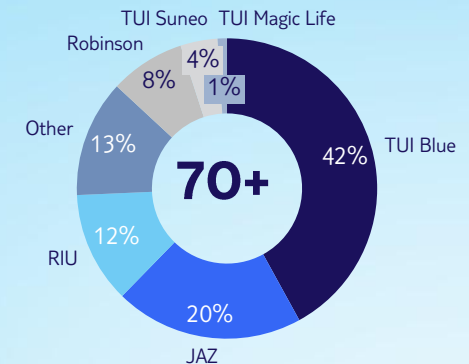
GJ26+

## Pipeline: 70+ Hotels, meist Mgmt./Franchise

➤ Strategisch fokussiert auf wachstumsstarke Destinationen



➤ Diversifiziert über bewährte Marken, ausgerichtet auf Marktnachfrage



## 2 Kreuzfahrten – Risikoarmes Wachstum & Profitabilität durch JV-Neubauten

GJ25

Anzahl  
Schiffe

18 (+1)

ROIC

32% (+5%Pkte.)

Q4 NPS<sup>1</sup>

|             |                     |                 |
|-------------|---------------------|-----------------|
| 84          | 92                  | 72              |
| Mein Schiff | Hapag-Lloyd Cruises | Marella Cruises |



MEIN SCHIFF 5,  
Kapstadt

GJ26+

### Wachstum durch +3 neue Schiffe

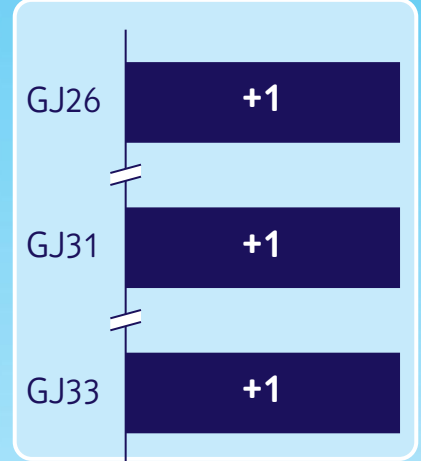
- Investitionen außerhalb Bilanz durch erfolgreiches TUI Cruises JV



100% im Eigentum



50% Joint Venture



### TUI Cruises Neubauten GJ31 & GJ33

- Optimal positioniert für das Wachstum des deutschsprachigen Marktes
- Nutzung der Markenstärke von TUI Cruises in UK und Nordeuropa
- Finanzkraft von TUI Cruises ermöglicht die Flottenerweiterung zur Unterstützung unserer Asset-Right-Wachstumsstrategie



# 3 TUI Musement – Globales, differenziertes Wachstum dank digitaler Plattform

GJ25

Transfers

30,9 Mio. (+1%)

Erlebnisse<sup>1</sup>

10,6 Mio. (+6%)

Uptake Rate

ca. 30%



Gondelfahrt,  
Venedig, TUI Musement

GJ26+

## Plattformbasierte Transfers & Ausflüge

- Leichtes jährliches Wachstum bei Transfers
- Ausbau unseres Angebots für Mehrtages-Touren

## TUI Musement verbessert die Reise mit KI

- Partnerschaft mit Google ermöglicht verifizierte KI-gestützte Planung während der Reise
- LLM<sup>2</sup>-basierter Assistent steigert Effizienz & Kundenzufriedenheit

## Erlebnisse als zentraler Wachstumstreiber

- Sonnendestinationen mit wachsender Städte-Präsenz
- Exklusive Angebote der TUI Collection
- Up- & Cross-Selling – 1 von 3 M+A-Kunden kauft ein Erlebnis

**Wir erwarten, dass die Zahl der verkauften Erlebnisse mittelfristig im niedrigen zweistelligen Prozentbereich wächst**



# 4 Markets + Airline – Transformation zum Global Curated Leisure Marketplace

GJ25

Kunden

20,2 Mio. (+0%)

davon dyn.  
Pakete

3,3 Mio. (+11%)

App-Umsatz  
in %

10,3% (+46%)

GJ26+

Zwei Plattformen, die die vertikale Integration maximieren

**Markets-Transformation:**  
Transformation regionaler Veranstalter zum Global Curated Leisure Marketplace

**Airline-Transformation:**  
Kommerzialisierung der Airline



**Unser Ziel ist es, die bereinigte EBIT-Marge von M+A mittelfristig auf >3% zu steigern**



TUI Airline

## 4 TUI Nachhaltigkeitsagenda



Full Day Khao Sok Tour,  
Thailand



TUI Forest Project,  
Gran Canaria



TUI BLUE Palm Garden,  
Türkiye

### People

- Lokalen Einkauf stärken
- Changemakers vernetzen
- Sozial & fair
- Upskilling
- TUI Care Foundation unterstützen

### Planet

- Konkrete Emissionsreduktionspläne
- Grüne & saubere Energiequellen
- Kreislaufunternehmen
- Effiziente Wassernutzung
- Biologische Vielfalt

### Progress

- Destination Co-Lab
- Kundenentscheidungen für nachhaltige Produkte vereinfachen
- Zertifizierungen vorantreiben
- Grüne Technologie und Daten

**Etappenziel 2030 mit verbindlichen Zielen und Fahrplänen zur Emissionsreduktion.  
Auf dem Weg zu Net-Zero-Emissionen und zum Kreislaufunternehmen bis spätestens 2050**

## AGENDA

1

TUI Group im Überblick

2

Strategische Prioritäten

3

**Ergebnisse, Buchungsentwicklung & Ausblick**

4

Q&A



# Resilientes Q3 trotz herausfordernder geopolitischer Belastungen, 9M ber. EBIT exkl. Einmaleffekte gestiegen – GJ26-Prognose konkretisiert

## 9M: +40 Mio. €<sup>1</sup> exkl. Einmaleffekte

Umsatz: 14,5 Mrd. € (-1,6 %)¹

Ber. EBIT: 123 Mio. € (-41 Mio. €)¹

inkl. -81 Mio. € Einmaleffekte

## 9M-Schlüsseffekte

TUI-Einmaleffekte: -60 Mio. € Iran &  
-21 Mio. € Hurrikan Jamaika

Allgemein: hohe Treibstoffkosten,  
Schwäche im östl. Mittelmeer

Verhaltene Konsumentennachfrage



## Resilientes Q3

Umsatz: 5,9 Mrd. € (-5,6 %)¹

Ber. EBIT: 235 Mio. € (-86 Mio. €)¹

inkl. -20 Mio. € Einmaleffekte

## Transformation gewinnt an Dynamik

Resilienz & vertikale Integration

TUI diff. & neue Produkte im  
preisbewussten Segment

App, Loyalty & KI

## GJ26-Prognose konkretisiert

GJ26 Ber. EBIT-Prognose  
von 1,2 Mrd. € bis 1,3 Mrd. €²

# HEX – Anhaltend starke Nachfrage trotz geopolitischer Unsicherheiten

## BUCHUNGSUPDATE<sup>1</sup>

**HOTELS & RESORTS**



Verfügb. Bettennächte<sup>2</sup>

Auslastung<sup>2</sup>

Durchschn. Tagesrate<sup>2</sup>

| GJ26 Q4 YoY | GJ27 H1 YoY |
|-------------|-------------|
| +1%         | +7%         |
| -2%Pkte.    | -2%Pkte.    |
| +4%         | +1%         |

**KREUZ-FAHRTEN**



Verfügb. Passagiertage

Auslastung

Durchschn. Tagesrate

|         |          |
|---------|----------|
| +12%    | +17%     |
| +0%Pkt. | -6%Pkte. |
| +2%     | +2%      |

**TUI MUSEMENT**



Verkaufte Erlebnisse

Transfers

|                                     |                                   |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| +niedriger/mittlerer einstelliger % | n.a.                              |
| Im Einklang mit Märkten + Airline   | Im Einklang mit Märkten + Airline |



Späterer Verkauf der überarbeiteten MS-Flow-Reiserouten aufgrund des Iran-Kriegs, mit einer Verbesserung von Woche zu Woche

HAPAG-LLOYD Hanseatic Nature, Antarktis

# M+A – Verbesserte Buchungsdynamik für S26; weiterhin späteres Buchungsprofil für W26/27

## BUCHUNGUPDATE<sup>1</sup>

|                                                                                                                         |  | Saison bis dato                     | Letzten 4 Wochen |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-------------------------------------|------------------|
| <div><div>S26<br/>vs. S25</div><div></div><div>W26/27<br/>vs. W25/26</div><div></div></div> <div>Gebuchter Umsatz</div> |  | -5%<br>davon UK -7%<br>davon DE -2% | +2%              |
|                                                                                                                         |  | -7%<br>davon UK -9%<br>davon DE -4% | -1%              |

### KOMMENTARE

- Der S26 gebuchte Umsatz hat sich im Saisonverlauf kontinuierlich verbessert; seit dem letzten Update um **weitere +1 %Pkt.**, gestützt durch eine positive Entwicklung in allen Märkten
- Nachfrage weiterhin auf Sommer konzentriert; erste Indikationen für W26/27 deuten auf eine Fortsetzung des Trends zu späteren Buchungen hin, angesichts der anhaltenden geopolitischen und wirtschaftlichen Unsicherheit
- Der gebuchte Umsatz liegt nun im Einklang mit reduzierter Risikokapazität für S26; diszipliniertes Kapazitätsmanagement fortgesetzt in W26/27
- Durchschnittspreise behaupten sich weiterhin gut



| ABGESICHERTE POSITION |     |        |     |
|-----------------------|-----|--------|-----|
|                       | S26 | W26/27 | S27 |
| EURO                  | 93% | 77%    | 43% |
| USD                   | 89% | 82%    | 50% |
| TREIBSTOFF            | 98% | 63%    | 39% |

ROBINSON Khao Lak,  
Thailand

19 <sup>1</sup> Buchungsstand vom 13. September 2026. Buchungen umfassen alle Kunden, unabhängig davon, ob Risiko- oder Nichtrisiko-Kunden

# TUI Rahmenwerk für Kapitalallokation



## Organisches Wachstum

Gezielte Investitionen in Hotels und Flugzeuge, Asset-Right-Wachstum und JVs sowie digitale Plattformen zur Steigerung der Kapitalrendite

## Steigerung des Shareholder Value

## Dividendenpolitik

**GJ25:** Einstiegsdividende von 0,10 € je Aktie

**GJ26+:** 10-20 % des Ber. EPS



## Fusionen & Übernahmen

Wertsteigernde Akquisitionen und Portfoliooptimierung

## Überschüssige Liquidität

Rückführung an Aktionäre



**Weitere Stärkung unseres Bilanz-Ziels: Nettoverschuldungsgrad mittelfristig unter 0,5x**



# TUIs GJ27+ Wachstum wird gestützt von vertikaler Integration – globale Distribution kombiniert mit einzigartigen Produkten, die unsere Kunden lieben



TUI von morgen

Gestützt von einer beliebten Marke

## KI, Kundenloyalität & Nachhaltigkeit im Kern



### MÄRKTE + AIRLINE

#### Transformation

- Kommerzialisierung der **Airline**
- Wachstum **exklusiver diff. Produkte**
- Aufbau eines **attraktiven preisbewussten Angebots**
- **Multichannel**-Vertrieb mit Priorität auf **App & KI**



### HOTELS & RESORTS

#### Hotel-Pipeline

- Wachstum mit **Asset-Right-Hotelpipeline** – vorwiegend Mgmt., Franchise & JVs
- **Ausgewählte Wachstumsinvestitionen**
- Nutzung unserer **bewährten Marken** weltweit (z. B. RIU & TUI Blue)



### KREUZFAHRTEN

#### Schiffs-Pipeline

- **MS Flow** in Betrieb seit Juni 2026
- Weitere **TUI Cruises Schiffe** zur Auslieferung in **GJ31 & GJ33**
- **Marella** Investition in **Modernisierung**



### TUI MUSEMENT

#### Digital- & KI-Wachstum

- Attraktives **Wachstumsmodell** für **diff. Erlebnisse & Transfers**
- Weitere **operative Effizienzen** durch Digitalisierung & KI

**TUI ist gut positioniert für nachhaltiges Wachstum & Shareholder Return**

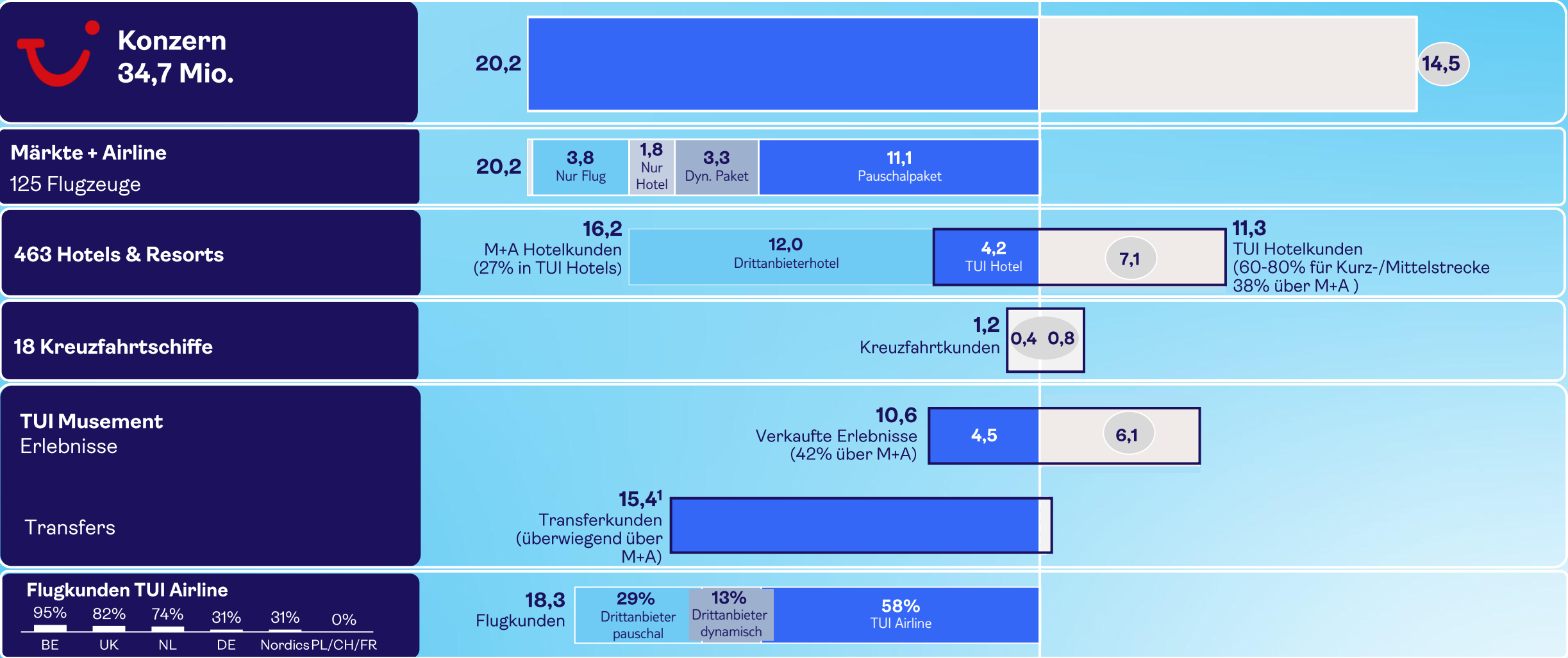


**Q&A**

**Back-Up**

# Vertikale Integration – TUI Group Geschäftsmodell

GJ25 Kunden in Mio.



# Reisen in einer KI-Welt – die Suche verändert sich – von traditionell zu agentenbasiert



## 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

# KI First – TUI wandelt sich zu einem KI-gestützten Unternehmen, das mit einer Vielzahl strategischer Partner und Produkte zusammenarbeitet

## 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**

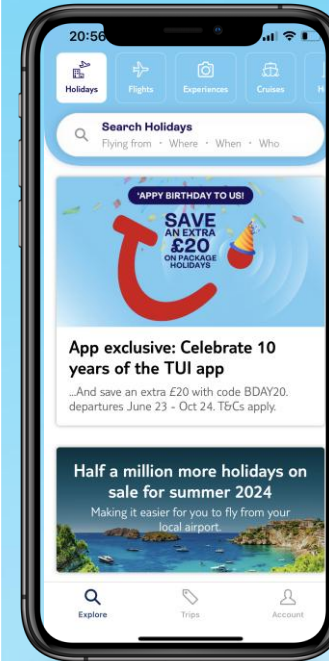
## Aktive Zusammenarbeit mit Key Playern



 **mindtrip.**

Zur Veranschaulichung wird nur ein Teilbereich gezeigt

## KI für unsere Kunden



Neue dynamische Produkte sind **50 % schneller** als bisher zu **beschaffen**

KI wird zur Erstellung **inspirierender Videos, Inhalte und Übersetzungen** verwendet  
**KI-gestützte Empfehlungen und Personalisierungen** während der gesamten Customer Journey (2x- bis 9x Steigerung Konversionsrate)

**Sprach- und Chat-Agenten** mit intelligenter Weiterleitung ermöglichen es dem Kundenservice, Rekordwerte bei NPS- und CSAT-Ergebnissen zu erzielen



# Income Statement – Third consecutive year of positive 9M EBIT underlining improved seasonality

| In €m                                | FY26 Q3     | FY25 Q3     | FY26 9M      | FY25 9M      |
|--------------------------------------|-------------|-------------|--------------|--------------|
| Revenue                              | 5,822       | 6,200       | 14,384       | 14,776       |
| <b>Underlying EBITDA</b>             | <b>466</b>  | <b>543</b>  | <b>803</b>   | <b>832</b>   |
| Depreciation & Amortisation          | -232        | -222        | -685         | -667         |
| <b>Underlying EBIT</b>               | <b>234</b>  | <b>321</b>  | <b>118</b>   | <b>165</b>   |
| Adjustments (SDIs and PPA)           | -15         | 15          | -32          | -4           |
| <b>EBIT</b>                          | <b>219</b>  | <b>335</b>  | <b>86</b>    | <b>161</b>   |
| Net interest expense                 | -66         | -66         | -225         | -244         |
| <b>EBT</b>                           | <b>153</b>  | <b>270</b>  | <b>-139</b>  | <b>-84</b>   |
| Income taxes                         | -29         | -45         | 26           | 15           |
| <b>Group result cont. operations</b> | <b>124</b>  | <b>225</b>  | <b>-112</b>  | <b>-69</b>   |
| Minority interest                    | -42         | -42         | -131         | -140         |
| <b>Group result after minorities</b> | <b>82</b>   | <b>183</b>  | <b>-243</b>  | <b>-208</b>  |
| <b>Basic EPS (€)</b>                 | <b>0.16</b> | <b>0.36</b> | <b>-0.48</b> | <b>-0.41</b> |
| <b>Underlying EPS (€)</b>            | <b>0.19</b> | <b>0.33</b> | <b>-0.47</b> | <b>-0.43</b> |

## 9M COMMENTARY

### REVENUE

- Lower M+A volumes due to increased uncertainty in the current geopolitical environment & FX translation

### UND. EBIT

- Up +€35m at Act (+€40m at CC) excl. one-off impacts

### ADJUSTMENTS

- Mainly PPA & Transformation cost against PY disposal gains
- **FY26 assumption reaffirmed<sup>1</sup>**: -€70m to -€90m

### NET INTEREST

- Improvement mainly due to lower RCF & lease and asset financing costs compensating lower interest income
- **FY26 assumption reaffirmed<sup>1</sup>**: -€325m to -€350m (expect lower end)

### INCOME TAXES

- In line with our assumption of an und. effective tax rate of ~18%



# Cash Flow Statement – Change reflecting customers booking closer to departure due to Iran war

| In €m                                  | FY26 Q3      | FY25 Q3      | FY26 9M     | FY25 9M     |
|----------------------------------------|--------------|--------------|-------------|-------------|
| Underlying EBITDA                      | 466          | 543          | 803         | 832         |
| Adjustments                            | -10          | 12           | -14         | 4           |
| <b>Reported EBITDA</b>                 | <b>456</b>   | <b>555</b>   | <b>789</b>  | <b>836</b>  |
| Working capital                        | 783          | 1,019        | 179         | 715         |
| Other cash effects                     | -50          | -51          | -108        | -100        |
| At equity income                       | -100         | -132         | -265        | -273        |
| Dividends received (JV's, associates)  | 4            | 13           | 50          | 25          |
| Tax paid                               | -26          | -35          | -139        | -126        |
| Interest (cash)                        | -44          | -48          | -153        | -176        |
| Pension contribution & payments        | -6           | -33          | -32         | -102        |
| <b>Operating Cash Flow</b>             | <b>1,016</b> | <b>1,287</b> | <b>322</b>  | <b>800</b>  |
| Net Investments                        | -143         | -167         | -595        | -529        |
| Lease & asset financing repayments     | -132         | -139         | -388        | -456        |
| <b>Adj. Free Cash Flow before Div.</b> | <b>741</b>   | <b>981</b>   | <b>-661</b> | <b>-184</b> |
| Dividends to TUI shareholders          | 0            | 0            | -51         | 0           |
| Dividends from subs. to minorities     | -65          | -45          | -65         | -45         |
| <b>Adj. Free Cash Flow after Div.</b>  | <b>676</b>   | <b>936</b>   | <b>-777</b> | <b>-230</b> |

## 9M COMMENTARY

### WORKING CAPITAL

- Lower customer deposits partly due to customers booking closer to departure

### CASH INTEREST

- Improvement mainly due to lower RCF & lease and asset financing costs compensating lower interest income
- **FY26 assumption reaffirmed<sup>1</sup>**: -€240m to -€255m (expect lower end)

### PENSION CONTRIBUTION & PAYMENTS

- UK schemes fully funded in FY25 Q4, significant improvement in FY26

### NET INVESTMENTS

- Increase driven by higher Hotels & Resorts and Airline Capex
- **FY26 assumption updated<sup>1</sup>**: -€810m to -€830m (prior: lower end of -€860m to -€900m)

### LEASE & ASSET FINANCING REPAYMENTS

- Reduction in-line with guidance; including c.-€40m scheduled repayments of asset financing
- **FY26 assumption reaffirmed<sup>1</sup>**: strong improvement (FY25: -€595m)



# Net Debt driven by working capital

| In €bn                              |                            | FY26 9M     | FY25 9M     | YoY Δ       |
|-------------------------------------|----------------------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Financial liabilities</b>        |                            | <b>-4.6</b> | <b>-4.6</b> | <b>0.0</b>  |
| - Lease liabilities under IFRS16    |                            | -2.3        | -2.5        | 0.3         |
| - Senior Notes                      |                            | -0.5        | -0.5        | 0.0         |
| - Convertible Bonds                 |                            | -0.4        | -0.5        | 0.1         |
| - Liabilities to banks <sup>1</sup> |                            | -1.4        | -1.0        | -0.3        |
| <b>Cash &amp; Bank Deposits</b>     |                            | <b>2.2</b>  | <b>2.7</b>  | <b>-0.5</b> |
| <b>Net Debt</b>                     |                            | <b>-2.3</b> | <b>-1.9</b> | <b>-0.4</b> |
| - Net Pension Obligation            |                            | -0.5        | -0.5        | 0.0         |
| <b>Memo: Lease liabilities</b>      |                            |             |             |             |
|                                     | - Aircraft                 | -1.7        | -1.8        | 0.1         |
|                                     | - Hotels                   | -0.2        | -0.2        | 0.0         |
|                                     | - Ships                    | 0.0         | -0.2        | 0.2         |
| <b>Memo: Liabilities to banks</b>   |                            |             |             |             |
|                                     | - RCF                      | 0.0         | 0.0         | 0.0         |
|                                     | - SSD                      | -0.3        | -0.2        | -0.1        |
|                                     | - Asset Financing Hotels   | -0.3        | -0.3        | -0.1        |
|                                     | - Asset Financing Aircraft | -0.7        | -0.5        | -0.2        |



**RIU Palace Maldivas,  
Maldives**